

**PENERAPAN MODEL KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS*  
HOTEL SYARIAH SRI INDRAYANI PEKANBARU DALAM  
MEMBANGUN *BRAND IMAGE HALAL TOURISM***



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**DESTI NURUL FAJRI**  
**NIM. 11543201907**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2019**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PENERAPAN MODEL KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* HOTEL SYARIAH SRI INDRAYANI PEKANBARU DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* *HALAL TOURISM*

Disusun Oleh :

NAMA: Desti Nurul Fajri

NIM. 11543201907

Telah disetujui dosen pembimbing pada tanggal : 06 Desember 2019

Pembimbing

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
NIP. 19691118 199603 2 001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
NIP. 19691118 199603 2 001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

UIN SUSKA RIAU

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Penerapan Model Komunikasi Public Relations Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru Dalam Membangun Brand Image Halal Tourism" yang ditulis oleh:

Nama : Desti Nurul Fajri

Nim : 11543201907

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 13 Desember 2019

Dan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Desember 2019

Dekan



Dr. Nurdin, MA  
NIP.19460620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua Penguji

Dr. H. Suhaimi, M.Ag  
NIP.19620403 199703 1 002

Sekretaris Penguji

Dra. Silawati, M.Pd  
NIP.19690902 199503 2 001

Penguji III

Mardhiyah Rubani, M.Si  
NIP.19790302 200701 2 023

Penguji IV

Artis, M.I.Kom  
NIP.19680607 200701 1 047

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul "STRATEGI HUMAS HOTEL SYARIAH SRI INDRAYANI PEKANBARU TENTANG FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL MAJELIS ULAMA INDONESIA (DSN-MUI) DALAM BRANDING HALAL TOURISM" yang diajukan oleh saudara :

Nama : Desti Nurul Fajri

NIM : 11543201907

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah Diseminarkan Pada :

Hari : Rabu

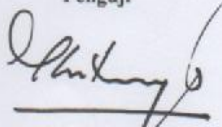
Tanggal : 29 Mei 2019

Dengan ini dapat diterima untuk penelitian skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Juni 2019

Panitia Seminar Proposal

Penguji



Dr. Toni Hartono, M.Si

NIP: 1978 0605 2007 01 1024

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### PENYATAAN ORISINALITAS

Nama : Desti Nurul Fajri  
NIM : 11543201907

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang berjudul:  
"Penerapan Model Komunikasi *Public Relations* Hotel Syariah Sri Indrayani  
Pekanbaru Dalam Membangun *Brand Image Halal Tourism*" adalah benar karya  
saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi ini diberi tanda citasi  
dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbuka pernyataan saya tidak benar, maka saya  
bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Skripsi dan gelar yang  
saya peroleh dari Skripsi tersebut.

Pekanbaru, 06 Desember 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Desti Nurul Fajri  
NIM.11543201907



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 06 Desember 2019

Dosen Pembimbing Skripsi

No : Nota Dinas

Lamp : 1 (eksemplar)

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Dakwah & Komunikasi  
Di\_

Tempat

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Dengan Hormat,

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya, guna kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa berikut ini:

Nama : Desti Nurul Fajri

NIM : 11543201907

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Dapat diajukan untuk menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam bidang ilmu komunikasi dengan judul skripsi


**"Penerapan Model Komunikasi *Public Relations* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru Dalam Membangun *Brand Image Halal Tourism*".**

Harapan saya agar dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini dibuat, atas perhatian Bapak/Ibu kami mengucapkan terima kasih. Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui,

Pembimbing



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.  
NIP. 19691118 199603 2 001

## ABSTRAK

**Desti Nurul Fajri (2019) : Penerapan Model Komunikasi *Public Relations* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism***

Latar belakang penelitian ini adalah karena hotel Syariah Sri Indriyani Pekanbaru merupakan salah satu hotel syariah dan hotel tertua di Pekanbaru dan dengan melihat kondisi persaingan bisnis perhotelan yang cukup besar di Pekanbaru pada saat ini , justru hotel Syariah Sri Indriyani masih tetap bersaing dalam bisnis perhotelan hingga saat ini dengan menerapkan prinsip hotel syariah dengan *brand halal tourism*. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*. Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan teknik analisa deskriptif kualitatif dengan menggunakan dua jenis sumber data untuk melaksanakan penelitian, yakni data primer dan data sekunder. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek dari penelitian ini adalah dua orang informan kunci dan tiga orang informan tambahan, sedangkan objek penelitian yaitu penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism* menggunakan model *Public Relations* James E. Grunig dan Todd Hunt yaitu Model *Agon Press Agency* (agen pemberitaan) dan *Public Information* (Informasi publik). Dari data yang penulis dapatkan *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru telah melaksanakan model *Public Relations* dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*. Dengan kata lain berbagai aktivitas untuk membangun *brand image* dilakukan dengan cara menarik perhatian tamu hotel dengan cara propaganda (mempengaruhi) serta bekerja sama dengan pihak eksternal hotel. Kemudian dengan cara memberikan informasi kepada publik tentang *Brand Halal Tourism* di hotel syariah Sri Indrayani Pekanbaru, dengan menggunakan *media sosial* seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, dan lain-lain. Dengan membangun *Brand Image Halal Tourism* oleh *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dapat meningkatkan tamu hotel yang menginap di hotel serta dapat menyediakan sarana hotel yang memiliki *brand* syariah bagi masyarakat yang membutuhkan hotel berbasis syariah yang bernuansa keluarga.

**Kata Kunci:** Penerapan, *Public Relations*, *Brand Image*.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Desti Nurul Fajri (2019) : The Implementation of Public Relations Communication Model in Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru in Developing the Halal Tourism Brand Image**

This research is motivated by the fact that Sri Indriyani Pekanbaru Sharia hotel is one of the oldest Sharia hotels in Pekanbaru. It is also motivated by the quite large competition in the hospitality business in Pekanbaru at the moment. As a result the Sri Indriyani Syariah hotel continues to compete in the hotel business until now. This hotel is applying the principles of Islamic hotels with the halal tourism brand. The focus of this research is to investigate the application of the Sri Indrayani Pekanbaru Syariah Public Relations communication model in building the Halal Tourism Brand Image. This research uses qualitative descriptive analysis techniques using two types of data sources to carry out research, namely primary data and secondary data. Data collection tools in this study are observation, interviews, and documentation. The subjects of this study are two key informants and three supporting informants, while the object of the research is the application of the Sri Indrayani Pekanbaru Sharia hotel Public Relations communication model in building a Halal Tourism Brand Image. The results of this study conclude that the implementation of the Sri Indrayani Pekanbaru Syariah Public Relations communication model in building the Halal Tourism Brand Image uses the James E. Grunig and Todd Hunt Public Relations models, the Press Agency Model and Public Information (Public Information). This thesis finds that the Sharia Hotel Public Relations Sri Indrayani Pekanbaru has implemented a model of Public Relations in building the Halal Tourism Brand Image. In other words, various activities to build brand image are carried out by attracting the attention of hotel guests by means of propaganda (influencing) and working with external parties. It also provides information to the public about the Halal Tourism Brand at the Sri Indrayani Pekanbaru Islamic hotel using social media such as Instagram, Facebook, Youtube, and others. By building a Halal tourism Brand Image, the Public Relations of Sri Indrayani Hotel Pekanbaru can increase hotel guests and provide hotel facilities that have a sharia brand for people who need sharia-based hotels with family nuances.

**Keywords: Implementation, Public Relations, Brand Image.**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.  
Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),  
Kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).  
Sesungguhnya hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap,  
(Qs. Asy-Syarh : 6-8)”*

### Assalamu’alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahirabbil’alamiin, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Penerapan Model Komunikasi *Public Relations* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru Dalam Membangun *Brand Image* Halal Tourism.”**, dengan baik. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari telah menerima banyak bimbingan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Seiring dengan rasa syukur sebesar-besarnya kepada:

1. Secara khusus dan teristimewa untuk keluarga, terutama kedua orang tua tercinta dan tersayang Ayahanda H.Zulkifli,S.H dan Ibunda Hj.Maryati, S.Pd yang membantu dalam segi material maupun moril yang tak terhingga, tidak lupa memberikan doa, dan cintanya serta selalu ada di masa-masa sulit penulis. Tak lupa kepada kakak dan kedua abang Riri Zuliyati,ST,MKL, Devianda Kurniawan,S.STP, dan dr. Wahyu Tanzil Furqan yang turut memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Dan untuk keponaan saya Keinarra Athifa Andarikurnia yang telah menghiiasi hari-hari penulis dengan suka cita.
2. Bapak Prof. Dr. KH Ahmad Muhajidin S. Ag., M. Ag selaku Rektor UIN Suska Riau beserta Wakil Rektor I,II, dan III UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. © Dr. Nurdin, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, beserta Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Azmi, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, M.Si selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, cinta kasihnya, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan serta nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Mardiah Rubani, M.Si selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dukungan dan nasehat kepada penulis.
7. Semua Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk ilmu dan bimbingannya.
8. Terimakasih untuk Rahadian Muhammad yang telah memberikan semangat dan motivasi serta menemani penulis dalam suka dan cita semasa di awal bangku perkuliahan hingga akhir pengerjaan skripsi.
9. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku “Anti Huru Hara Squad’s” Geovani Evita, dan Khansa ‘Alya Harris yang telah membantu memberikan kontribusi dalam mengerjakan skripsi ini dari awal hingga akhir.
10. Terimakasih untuk “Keluarga Berbagi Cerita” Liza Anggraini, Reza Arianti, Yogi Andriansyah Panjaitan, dan Bayu Azi Pangestu yang selalu meluangkan waktunya untuk berbagi keluh kesah selama menduduki bangku perkuliahan dan semasa pengerjaan skripsi ini.
11. Terima kasih juga untuk sahabatku sedari MTsN Halimah, Auliya Naisr, Fauzana Bella, Kartini Ayu Guntari, dan Yuliztia Pratiwi, yang tetap setia memberikan semangat tiada henti untuk penulis agar menyelesaikan skripsi ini, dan memberi semangat, motivasi yang luar biasa kepada penulis.

12. Terimakasih untuk sahabat ku PUBG PKU Aviska Loveana Tomanda, Novi Indriani, Siti Rahmawati, Merienza Varolia, Luthfiah Azmi, Suci Wulan Asri, Mhd.Managor Satiafdi Hasibuan dan Yuan Maharsyah yang memberikan semangat kepada penulis.

13. Terimakasih juga untuk cabe KKN Desa Pulau Kumpai Dea Asmi Delfia, Sindi Apriawati, Yusral Hadi, M.Prabowo Wiguna, Monika Angria Defitri, Yoel Sitohang, dan Surgawi Yossa yang senantiasa selalu ada untuk penulis disaat senang dan susah.

14. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih telah membantu penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Dengan segala kerendahan hati, penulis menerima kritikan dan saran yang membangun dari pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mendoakan semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 17 November 2019  
Penulis

**DESTI NURUL FAJRI**  
**NIM. 11543201907**

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	i
<b>KATA PENGANTAR</b>	iii
<b>DAFTAR ISI</b>	vi
<b>DAFTAR TABEL</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Ruang Lingkup Kajian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kegunaan Penelitian	8
F. Sitematika Penulisan	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR</b>	
A. Kajian Teori	11
1. Model Komunikasi	11
2. <i>Public Relations</i>	13
3. Brand Image	15
4. Model <i>Public Relations</i>	20
5. Hotel Syariah	21
B. Kajian Terdahulu	23
C. Kerangka Pikir	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Sumber Data	30
D. Informan Penelitian	31

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV**

E. Teknik Pengumpulan Data .....	32
F. Validitas Data .....	34
G. Teknik Analisis Data .....	34

**GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

A. Sejarah Singkat Berdirinya Hotel Syariah Sri Indrayani .....	36
B. Struktur Organisasi Hotel Syariah Sri Indrayani.....	39
C. Sarana dan Fasilitas yang ada di Hotel Syariah Sri Indrayani	40
D. Peraturan dan Tata Tertib Hotel .....	47
E. Logo Hotel Syariah Sri Indrayani .....	48

**BAB V**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	49
B. Pembahasan .....	56

**BAB VI**

**PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60

**DAFTAR PUSTAKA**

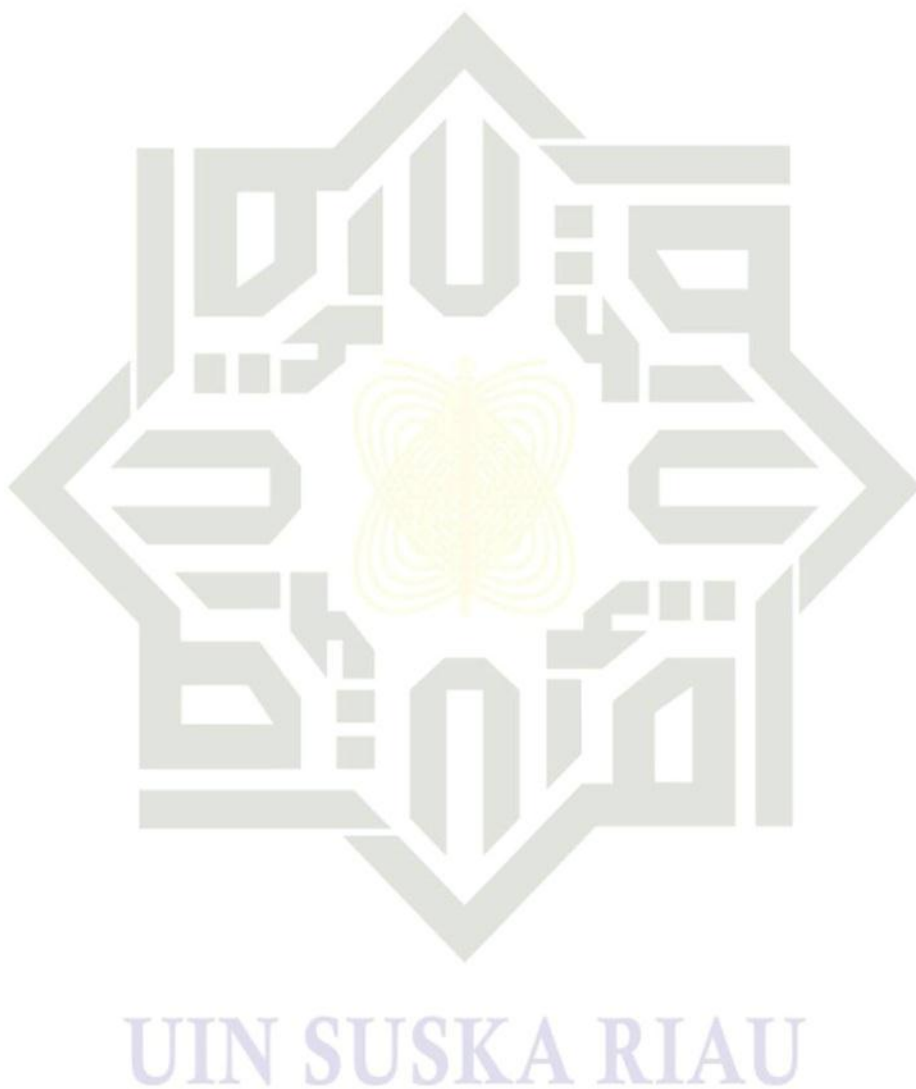
**LAMPIRAN**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Jadwal Kegiatan Penelitian .....	30
Tabel 3.2 : Informan Kunci Penelitian .....	32
Tabel 3.3 : Informan Pendukung Penelitian .....	32
Tabel 4.1 : Data Pengunjung Hotel .....	39





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 :	Hotel bagian depan Pada Tahun 1971 .....	37
Gambar 4.2 :	Prasasti Peresmian Gedung Hotel .....	37
Gambar 4.3 :	Hotel Bagian Depan Pada Tahun 1987-Sekarang .....	38
Gambar 4.4 :	Lobby .....	40
Gambar 4.5 :	Front Office .....	41
Gambar 4.6 :	Masjid Tafakkur .....	42
Gambar 4.7 :	Kamar Tidur Tipe Twin Bed .....	42
Gambar 4.8 :	Kamar Tidur Tipe Double Bed .....	43
Gambar 4.9 :	Kamar Mandi .....	43
Gambar 4.10 :	Meeting Room .....	44
Gambar 4.11 :	Coffee Shop .....	44
Gambar 4.12 :	Toilet Umum .....	45
Gambar 4.13 :	Taman Bermain .....	45
Gambar 4.14 :	Pojok Kuliner .....	46
Gambar 4.15 :	Gerei Oleh-oleh .....	46
Gambar 4.16 :	Area Parkir .....	47
Gambar 4.17 :	Logo Hotel.....	48

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kota Pekanbaru terus menggeliat sebagai kota pusat pertumbuhan ekonomi dan investasi paling prospektif di Indonesia. Berdasarkan survey yang dilakukan universitas Indonesia tahun 2013 terhadap kota-kota di Indonesia untuk dijadikan tujuan investasi bagi para pengusaha, Pekanbaru dipilih sebagai tujuan investasi terbaik nomor satu. Hal itu terlihat nyata dari kondisi riil saat ini dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi dan investasi, keamanan yang terjamin dan pelayanan yang memadai.<sup>1</sup>

Situasi persaingan yang sangat ketat dalam industri perhotelan di Kota Pekanbaru telah menyebabkan industri perhotelan berupaya untuk memenangkan persaingan dengan cara meningkatkan jumlah pelanggan. Beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing industri perhotelan, antara lain adalah kemampuan berinteraksi, organisasi yang terus tumbuh dengan pesat, kemudian sumber daya manusia, dan teknologi informasi. Kota Pekanbaru terus menggeliat sebagai kota pusat perkembangan pertumbuhan ekonomi dan investasi di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, Kota Pekanbaru berkembang sangat pesat, menjadikan kota Pekanbaru sebagai kota Metropolitan Madani, sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke kota Pekanbaru, bukan hanya untuk berwisata saja melainkan banyak orang yang datang untuk melakukan bisnis, menanam omset, dan berinvestasi, sehingga sangat dibutuhkannya jasa perhotelan untuk pengunjung yang datang ke kota Pekanbaru ini. Hal tersebut menjadikan Pekanbaru sebagai destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan lokal maupun luar negeri. Kota Pekanbaru merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki aset budaya yang masih terjaga.

Sejalan dengan berkembangnya industri pariwisata, berkembang pula bisnis perhotelan di kota Pekanbaru ini. Tak hanya hotel konvensional, hotel

---

<sup>1</sup> <https://www.goriau.com/berita/baca/pekanbaru-kota-investasi-terbaik-di-indonesia.html> di akses pada tanggal 20 Maret 2019 Pukul 09.00 WIB di Pekanbaru.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbasis syariah pun berani mengambil langkah untuk ikut terjun dalam bisnis perhotelan, mulai dari hotel bintang satu hingga hotel berbintang lima. Salah satu pelopor hotel berbasis syariah di Pekanbaru yaitu Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru. Hotel ini termasuk hotel berbintang tiga. Hotel berbintang tiga yang ada di kota Pekanbaru ini antara lain Grand Hawaii Hotel, Fave Hotel, Ameera Hotel Pekanbaru, Evo Hotel Pekanbaru, Pesonna Hotel Pekanbaru, Mona Plaza Hotel, dan Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru, dan lain-lain.

Perkembangan bisnis perhotelan sekarang ini sangat pesat di Indonesia. Bidang *Public Relations* menjadi bagian yang penting dalam perusahaan perhotelan sebagai penghubung sarana komunikasi bagi perusahaan dengan pasar sasarnya yaitu tamu. Berjalannya jaman, prinsip syariah sudah memasuki bisnis perhotelan. Hotel syariah dapat dikatakan sebagai hotel yang muncul dan mengurangi *image* bahwa hotel yang kebanyakan dipandang masyarakat awam sebagai tempat berkumpulnya maksiat, baik itu perzinahan, prostitusi, narkoba dan perbuatan negatif lainnya. Maka banyak pandangan masyarakat terhadap hotel cenderung negatif atau kurang baik.

Demikian juga hal nya dengan hotel Sri Indrayani sebelum menjadi hotel syariah, jumlah pengunjung hotel belum begitu banyak dibandingkan setelah memiliki *brand image Halal Tourism*. Jika dibandingkan dengan setelah menjadi hotel Syariah rata-rata pengunjung pertahunnya terhitung pada tahun 2010 sampai tahun 2015 adalah 400 sampai 500 pengunjung hotel.

Hadirnya hotel dalam konsep syariah ini akan mengurangi *image* masyarakat bahwa hotel menjadi tujuan tempat maksiat, karena konsep hotel syariah, peraturan-peraturan yang dijadikan acuan untuk menjalankan operasionalnya adalah hukum syariah Islam. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang penerapan model komunikasi *Public Relations* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*.

*Public Relations* telah menjadi istilah utama yang digunakan untuk menggambarkan upaya komunikasi organisasi ke masyarakat. dan yang lebih khusus lagi bahwa hubungan *Public Relations* bagian integral dari rencana



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

strategis, setiap strategi yang berhubungan dengan masyarakat (konsumen).<sup>2</sup> *Public Relations* memiliki peran cukup penting di dalam suatu perusahaan, seorang *Public Relations* tentu harus mengetahui apa yang terjadi di dalam maupun di luar perusahaan, sehingga apabila suatu perusahaan mengalami suatu konflik maka seorang *Public Relations* itulah yang harus memberikan solusi atau menyelesaikan masalah yang terjadi tersebut. *Public Relations* berfungsi untuk mengatur perencanaan yang juga akan berjalan secara berkaitan dengan kelompok-kelompok, lembaga umum dan individu yang digunakan agar mendapat dan membentuk kepedulian, perhatian dan bantuan dari orang yang memiliki hubungan dan dinilai memiliki keterkaitan, dengan menghargai pendapat umum, yang bertujuan untuk menyambungkan pola pikirnya untuk memperoleh kerja sama yang lebih menguntungkan.<sup>3</sup> Komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* memiliki berbagai tujuan yang nantinya diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan, namun sering terjadi berbagai masalah dalam perusahaan yang harus pandai diselesaikan oleh *Public Relations*. Pada era persaingan yang cukup ketat di bidang industri, maka setiap perusahaan harus memiliki kekhasan tersendiri yang dapat membedakannya dengan perusahaan lainnya. *Halal Tourism* adalah salah satu kekhasan yang dimiliki oleh hotel dimana hotel yang mendapatkan nominator tersebut sudah dijamin ke-halal-annya.

Untuk menjadikan wisata halal secara sederhana, setiap objek wisata harus mempunyai musholla, selanjutnya restoran-restoran harus memiliki sertifikat halal. Di hotel setiap kamarnya harus ada petunjuk arah kiblat, dan ada sajadah. Pegawai hotel harus berpakaian syariah, setiap waktu sholat diperdengarkan azan, dan setiap hari jumat diadakan ibadah sholat jumat.

Hotel Syariah Sri Indrayani adalah salah satu hotel yang ada di Pekanbaru, Hotel ini merupakan hotel bintang tiga. Secara umum, hotel syariah itu berkapasitas 50-100 kamar, hotel Syariah Sri Indrayani memiliki 56 kamar, namun hanya 42 kamar yang dipakai, disebabkan kamar lainnya berada di lantai

<sup>2</sup> M. Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, (Jakarta:Bumi Aksara,2002), hal.47

<sup>3</sup> Ibid, hal.53.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tiga, sementara fasilitas *lift* ataupun eskalator belum tersedia. Hotel Syariah Sri Indrayani memiliki banyak fasilitas, diantaranya *laundry*, Free WIFI, parkir mobil yang cukup luas, restoran, *coffee shop*, *cctv security*, dan *meeting room*.

Hotel ini memiliki lokasi yang sangat bagus, juga dekat dengan Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru yang berjarak hanya 8,12 KM, tidak hanya diposisikan dengan baik, namun Hotel Syariah Srin Indrayani juga merupakan salah satu hotel di dekat Plaza Senapelan yang berjarak 0,48 KM dan Pekanbaru Mall yang berjarak 0,51 KM.

Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru adalah hotel yang berkonsep syariah, yang memiliki kekhasan tersendiri. Salah satu kekhasan yang dimiliki hotel ini yaitu sering disebut *Halal Tourism* (Pariwisata Halal).

Pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Pariwisata syariah dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat universal. Produk dan jasa wisata, obyek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, obyek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai – nilai dan etika syariah. Jadi pariwisata syariah tidak terbatas hanya pada wisata religi saja.

Melihat begitu pesatnya pertumbuhan wisatawan muslim, kini banyak pula pemegang saham yang merambah ke dunia usaha jasa yaitu perhotelan, kini hotel yang sedang booming yaitu hotel yang berkonsep syariah yang mana semua aturan dan pelayanan nya sesuai dengan syariat Islam. Persaingan di hotel syariah lumayan kecil, sedangkan pangsa pasarnya besar. Hotel syariah hanya menerima tamu dari pasangan suami istri dan keluarga. Hotel Syariah tidak menyediakan minuman keras, anggur, musik hidup , dan dikamar disediakan perlengkapan ibadah maupun kitab suci, musholla serta tempat bersuci dengan air yang cukup.

Banyaknya hotel syariah dan hotel konvensional yang ada di Pekanbaru menimbulkan persaingan yang begitu ketat. Hotel yang menerapkan konsep syariah diantaranya Hotel Zaira, D'Lira, Pesonna, Stefani dan masih banyak lagi

hotel – hotel yang ada di Pekanbaru mulai dari bintang satu sampai hotel bintang lima.

Persamaan Hotel Syariah dan Hotel Konvensional adalah sama-sama sebuah bisnis yang bergerak dibidang properti dan jasa yang berupa hunian tempat menginap sementara. Dari segi fisik ini sebenarnya antara hotel syariah dan hotel konvensional tidak jauh berbeda, hanya saja dalam segi pelayanan dan peraturan yang membedakan. Adapun perbedaanya terletak pada cara penyajian layanan dan jenis-jenis layanan yang diberikan kepada para konsumen.

Ada perbedaan antara hotel syariah dan hotel konvensional, hotel konvensional diantaranya adalah semua makanan minuman, dan hiburan bebas disajikan untuk konsumen, tamu bebas keluar masuk hotel tanpa adanya penyeleksian tamu yang ketat, adanya bar, diskotik dan hiburan yang sampai larut malam, pegawai yang berada di kantor depan (*front office*) tidak boleh memakai jilbab, pegawai bebas mengenakan pakaian apa saja, misalnya pakaian seksi, memakai rok di atas lutut dan memakai baju ketat-ketat, makanan dan minuman di hotel konvensional bebas dari izin Majelis Ulama Indonesia (MUI) yaitu makanan dan minuman tidak terjamin ke halalan nya. Sedangkan ketentuan dalam hotel syariah diantaranya adalah makanan dan minuman yang disajikan di restoran harus memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), begitu pula dengan hiburan yang disajikan tidak melanggar aturan syariah yang telah ditetapkan agama, pada hotel Syariah adanya penyeleksian tamu yang menginap. Penyeleksian ini dilakukan dengan melakukan pemeriksaan secara hati-hati atas identitas diri dari calon konsumen. Hal ini dilakukan untuk menghindari pasangan bukan mukhrim menginap di satu kamar yang sama, untuk disetiap kamar pada hotel syariah disediakan sajadah, al quran, dan petunjuk arah kiblat, pada hotel syariah tidak boleh disediakan bar, diskotik, pesta hingar bingar dan hura-hura, di hotel syariah tidak boleh memajang lukisan orang maupun patung, pegawai di hotel syariah harus ramah, murah senyum, mengucapkan salam saat bertemu seseorang dan menggunakan hijab bagi perempuan, setiap *rest room* atau kamar kecil yang disiapkan di hotel Syariah harus menyediakan air yang cukup dan baik

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk digunakan bersuci (baik untuk buang air kecil maupun besar dan juga mandi), hal seperti ini jarang ditemui di hotel konvensional.

*Branding* yang dilakukan *Public Relations* untuk memaksimalkan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat agar *brand* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dikenal luas oleh masyarakat. *Branding* adalah usaha yang dilakukan untuk menguatkan posisi produk dalam hati konsumen dengan cara menambah modal dari nama sekelompok produk.<sup>4</sup> *Brand* sendiri dapat diartikan sebagai pelabelan atau merek, sejarah *brand* muncul pada saat persaingan produk semakin meningkat yang membuat pentingnya penguatan peran label untuk mengumpulkan produk-produk dan jasa yang dimilikinya dalam satu kesatuan yang membedakan kelompok produk dengan produk milik pesaing yang ada.

*Branding* sangat penting bagi perusahaan perhotelan agar bisa bersaing. Hotel telah menggunakan *branding* secara terus-menerus selama bertahun-tahun. Banyak perusahaan perhotelan menciptakan berbagai merek untuk menjangkau berbagai segmen pelanggan. Perusahaan hotel memanfaatkan *branding* untuk mencapai posisi yang lebih baik di pasar dan adanya keunggulan yang kompetitif. *Brand* juga dianggap sebagai alat pemasaran yang signifikan. Hotel eksekutif menyatakan bahwa kualitas merek dianggap sebagai aset perusahaan yang signifikan dan kompetitif. *Brand* yang ada di dalam hotel juga dapat memiliki koneksi langsung dengan tamu. Hubungan ini dimulai dengan kesadaran yang dialami oleh tamu dengan kata lain tamu semakin akrab dengan *brand* hotel, tamu menginap di hotel, menilai pengalaman mereka dan memelihara hubungan dengan menggunakan fasilitas hotel secara teratur. Akhirnya, semakin kuat persaingan antar brand perhotelan yang membuat mereka berkonsentrasi untuk memberikan yang terbaik dalam pelayanan.

Dengan dasar tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis lebih jauh mengenai “penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*”.

---

<sup>4</sup>Hubert K. Rampersad, *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*, (Jakarta:PPM, 2008), hal. 2.

## Penegasan Istilah

Guna menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis perlu menegaskan istilah tersebut pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

## Penerapan

Penerapan adalah pemasangan, pengenalan; perihal mempraktekkan.<sup>5</sup>

## Model Komunikasi

Model komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.<sup>6</sup>

## 3. Public Relations

*Public Relations* adalah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi.<sup>7</sup>

## 4. Hotel Syariah

Hotel Syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip syariah.<sup>8</sup>

## 5. Brand Image

Representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap

<sup>5</sup>KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), (Gita Media Press), hal. 752.

<sup>6</sup>Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 5

<sup>7</sup> Dan Lattimore, Otish Baskin, dkk, *Public Relations*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hal. 4.

<sup>8</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), "Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah", diakses dari <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah> pada tanggal 15 Juni 2019 pukul 23.12 WIB di Pekanbaru.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.<sup>9</sup>

### Halal Tourism

Halal Tourism adalah salah satu sistem pariwisata yang diperuntukan bagi wisatawan Muslim yang pelaksanaannya mematuhi aturan Syariah.<sup>10</sup>

### Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian masih di dalam konteks komunikasi. Pada penelitian ini mengkaji tentang penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*.

### Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*?”

### Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan model komunikasi *Public Relations* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *brand image Halal Tourism*

#### 2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan khususnya mengenai penerapan model komunikasi *Public*

<sup>9</sup> Raja Widya Novchi, Skripsi, “Penerapan Fungsi Manajemen Oleh *Public Relations* Dalam Membangun *Brand Image* Di KCS Bank BTN Syariah Pekanbaru”, (Pekanbaru:UIN SUSKA RIAU, 2014), hal. 5.

<sup>10</sup> Eka Dwi Satriana, Hayyun Durrotul Faridah, “*Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan*” *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* Vol. 01 No.02, Mei-November 2018.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Relations* yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan pada program studi ilmu komunikasi.

- 2) Sebagai bahan rujukan untuk melihat penerapan model komunikasi yang dilakukan *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*.
- b. Kegunaan Praktis
- 1) Penelitian ini ditujukan sebagai tugas akhir memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
  - 2) Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi khalayak yang ingin mendalami bidang konsentrasi *Public Relations* (Humas).
  - 3) Memberikan sumbangan pemikiran dan sumber informasi kepada hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*.

#### Sistematika Penulisan

Agar memudahkan susunan penelitian ini, maka dibuatlah sistematika penulisan yang dibagi menjadi 6 (enam) bab yang terdiri atas beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Membahas tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir penelitian.

##### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Tentang metodologi yang memaparkan metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas, dan teknik analisa data.

#### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum tempat penelitian di hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru seperti sejarah, visi dan misi, struktur perusahaan dan kegiatan perusahaan.

#### **BAB V : HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini menyajikan hasil penelitian penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan atau pertimbangan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang memperbanyak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Teori

Secara umum teori merupakan sebuah sistem konsep abstrak yang mengidentifikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita untuk memahami sebuah fenomena. Jonathan H Turner mendefinisikan teori sebagai sebuah proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa terjadi.<sup>11</sup>

Sedangkan menurut sugiyono teori adalah alur logika atau penalaran, yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proposisi yang disusun secara sistematis, secara umum teori mempunyai tiga fungsi, yaitu untuk menjelaskan, meramalkan, dan pengendalian suatu gejala.<sup>12</sup>

Agar masalah dalam penelitian ini mudah dipahami, maka di perlukan tinjauan teoritis yang berkenaan dengan penelitian, untuk itu peneliti jabarkan sebagai berikut:

#### 1. Model Komunikasi

Model komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.<sup>13</sup> Model dapat berfungsi sebagai basis bagi teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep.<sup>14</sup>

<sup>11</sup> West Richard dan Lynn H Turner, *Pengantar Teori Ilmu Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Introducing Communication Theory : Analysys and Aplication).(Jakarta:Salemba Humanika, 2013), hal. 49.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2018), hal. 54.

<sup>13</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 5.

<sup>14</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2008), hal.131.



## Fungsi Model Komunikasi

Menurut Gordon Wiseman dan Larry Barker mengemukakan bahwa ada tiga fungsi model komunikasi<sup>15</sup>:

1. Melukiskan proses komunikasi
2. Menunjukkan hubungan visual
3. Membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

## Model-model Komunikasi

Terdapat banyak model-model komunikasi yang dibuat oleh pakar komunikasi. Ciri khas suatu model komunikasi juga dipengaruhi oleh latar belakang keilmuan model tersebut. Dibawah ini adalah beberapa model-model komunikasi yang sangat populer:

### 1. Model S-R

Model Stimulus Respons (S-R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran *behavioristik*. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respons. Komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemampuan bebasnya. Model ini lebih sesuai bila diteorikan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia.<sup>16</sup>

### 2. Model Lasswell

Model ini dikemukakan oleh Harold Laswell yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diterapkannya dalam masyarakat. Laswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi<sup>17</sup>, yaitu:

- a. Pengawasan lingkungan yang mengingatkan anggota-anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan.
- b. Korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan.
- c. Transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

<sup>15</sup> Ardianto, Elvinaro, dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hal.68.

<sup>16</sup> Deddy Mulyana, op. Cit, hal.134.

<sup>17</sup> Ibid, hal.147.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Model Shannon dan Weaver

Model ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan informasi sebagai pesan ditransmisikan kedalam bentuk pesan kepada penerima (*receiver*) untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu yang dalam prosesnya memiliki kemungkinan terjadinya *noise* atau gangguan.<sup>18</sup>

### 4. Model Schramm

Wilbur Schram membuat serangkaian model komunikasi, dimulai dengan model komunikasi manusia yang sederhana, lalu model yang lebih rumit yang memperhitungkan pengalaman dua individu yang mencoba berkomunikasi, hingga ke model komunikasi yang dianggap interaksi dua individu. Model pertama mirip dengan model Shannon dan Weaver. Dalam modelnya yang kedua Schramm memperkenalkan gagasan bahwa kesamaan dalam bidang pengalaman sumber dan sasaranlah yang sebenarnya dikomunikasikan, karena bagian sinyal itulah yang dianut sama oleh sumber dan sasaran.

Model ketiga Schramm menganggap komunikasi sebagai umpan balik dan lingkaran yang berkelanjutan untuk berbagi informasi.<sup>19</sup>

## 2. Public Relations

*Public Relations* adalah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi. Para praktisi *Public Relations* berkomunikasi dengan semua masyarakat internal dan eksternal yang relevan untuk mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat. Mereka juga mengembangkan, melaksanakan, dan mengevaluasi program organisasi yang mempromosikan pertukaran pengaruh serta pemahaman di antara konstituen organisasi dan masyarakat.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Ibid, hal.148.

<sup>19</sup> Ibid, hal.151.

<sup>20</sup> Dan Lattimore dkk, *Public Relations*, (Jakarta:Salemba Humanika, 2010), hal. 4.

Beberapa konsep *Public Relations* tersebut mengarahkan pada tugas-tugas *Public Relations* yang cukup signifikan dalam sebuah organisasi. Tugas *Public Relations* dikelompokkan menjadi lima bagian yaitu:<sup>21</sup>

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan.
- b. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan.
- c. Memperbaiki citra organisasi. Bagi *Public Relations*, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, persentasi, publikasi, dan seterusnya, tetapi terletak pada:
  - 1) Bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi.
  - 2) Dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.
- d. Tanggung jawab sosial. *Public Relations* merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal, dan pers.
- e. Komunikasi. *Public Relations* mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal-balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral. Perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, dan struktur organisasi.

Peran seorang *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi atau perusahaan. *Public Relations* sebagai jembatan antara

<sup>21</sup> Rumanti Maria, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktek*, (Jakarta:PT Grasindo, 2005), hal. 39.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan dengan publik atau antara manajemen dengan karyawannya agar tercapai *Mutual Understanding* (saling pengertian) antara kedua belah pihak. Public Relations bertindak sebagai komunikator ketika manajemen berhubungan dengan para karyawan.

Adapun tujuan dari *Public Relations* adalah mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan *Public Relations* harus dikerahkan kedalam dan keluar.<sup>22</sup>

Terdapat empat hal yang harus selalu diperhatikan, diingat, dan dilaksanakan dalam kegiatan komunikasi oleh Public Relations<sup>23</sup>, yaitu:

- 1) Bahwa publik kita itu manusia, jadi mereka tidak pernah bebas dari berbagai pengaruh apa saja.
- 2) Manusia itu cenderung suka memperhatikan, membaca atau mendengarkan pesan yang dirasakan sesuai dengan kebutuhan atau sikap mereka.
- 3) Adanya berbagai media massa yang beragam memberikan efek yang beragam pula bagi publiknya.
- 4) Media massa memberikan efek dengan variasi yang besar kepada publik atau perseorangan maupun kelompok.

### 3. Brand Image

*Brand Image* mengacu pada skema memori akan sebuah merek, yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar atau karakteristik pembuat dari produk atau merek tersebut.<sup>24</sup> *Brand Image* adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. *Brand Image* atau *Brand Description*, yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan

<sup>22</sup> Abdurrahman Oemi, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2001), hal. 34.

<sup>23</sup> Rumanti Maria, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktek*, (Jakarta:PT Grasindo, 2005), hal. 107.

<sup>24</sup> J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta:PT Kencana Prenada Media, 2003), hal.180.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen terhadap merek tertentu.<sup>25</sup> *Brand Image* juga dapat diartikan dengan segala jenis pengetahuan mengenai suatu merek dari yang telah didapat secara langsung karena memakai atau karena mempelajari merek tersebut yang tertanam dalam pikiran konsumen sehingga langsung terpersepsikan secara otomatis ketika melihat atau mendengar nama tersebut.

Dari pengertian-pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *brand* adalah suatu nama, istilah, simbol, tanda, desain, atau kombinasi dari semuanya yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk.

Merek memegang peranan penting dalam pemasaran, merek yang dibeli konsumen adalah merek yang memiliki keunikan individual yang tidak sama satu dengan lainnya. Merek menempel dalam persepsi pelanggan, sehingga sesungguhnya persaingan yang terjadi adalah pertarungan persepsi merek di atas pertarungan produk.<sup>26</sup>

Pembuatan merek tidak hanya mengenai unibiquitas, visibilitas, dan fungsional, tetapi juga menyangkut ikatan emosional dengan manusia dalam hidup mereka sehari-hari. Ketika produk atau jasa menyatakan dialog emosional dengan pelanggan, produk atau jasa akan menyatakan kualitasnya melalui merek.<sup>27</sup>

Merek adalah value indikator kinerja yang dikembangkan melalui strategi, program dan value yang tepat yang diberikan kepada pelanggan sebagai:<sup>28</sup>

- 1) Kombinasi (tidak selalu) dari desain, simbol (logo), tanda dan nama yang mengidentifikasi dan membedakan produk perusahaan dari pesaing.
- 2) Kontrak yang tak tertulis tentang nilai intrinsik dan keunggulan produk dengan pemakainya;
- 3) Upaya manajemen untuk memperlihatkan integritas produk perusahaan;

<sup>25</sup> Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2005), hal. 49.

<sup>26</sup> Ali Hasan, SE, M.M, *Marketing*, (Yogyakarta: MedPress, 2008), hal. 151

<sup>27</sup> Ibid, hal. 151

<sup>28</sup> Ibid, hal. 151

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para pembeli.

5) Pernyataan kepercayaan dan pengurangan risiko.

Setiap produk yang terjual di pasaran memiliki citra tersendiri dimata konsumennya yang sengaja diciptakan oleh pemasar untuk membedakannya dari para pesaing. Merek merupakan identitas dari barang atau jasa. Sebuah merek yang terkenal dan terpercaya merupakan asset yang tidak ternilai. Merek berkembang menjadi sumber asset terbesar dan merupakan faktor penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan. Keahlian yang paling unik dari pemasar profesional adalah kemampuannya untuk menciptakan, memelihara, dan melindungi serta meningkatkan merek. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan para pemasar yang menyebutkan bahwa pemberian merek adalah seni dan bagian paling penting dalam pemasaran. Dikarenakan salah satu keputusan pemasaran yang penting dalam strategi produk adalah keputusan tentang merek.

Definisi merek menurut asosiasi pemasaran Amerika adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual untuk mendiferensiasikannya dari produk atau jasa lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama.<sup>29</sup>

Terdapat enam pemilihan kriteria merek<sup>30</sup>, diantaranya:

a. Dapat diingat

Merek harus dapat diingat dan dikenali dengan mudah oleh konsumen.

b. Berarti

Merek harus kredibel dan mencirikan karakter yang sesuai, serta menyiratkan sesuatu tentang bahan atau tipe orang yang mungkin menggunakan merek.

c. Dapat disukai

<sup>29</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1*, (Jakarta:PT Indeks, 2009), hal.258

<sup>30</sup> Ibid., hal, 269.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seberapa menarik estetika dari merek dan dapat disukai secara visual, verbal, dan lainnya.

d. Dapat dipindahkan

Merek dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dalam kategori yang sama atau berbeda dengan melintasi batas geografis dan segmen pasar.

e. Dapat disesuaikan

Merek harus dengan mudah dapat disesuaikan atau diperbarui sesuai dengan kebutuhan pasar.

f. Dapat dilindungi

Merek harus dapat dipatenkan atau dapat dilegalkan secara hukum, sehingga tidak mudah ditiru oleh pesaing.

Penggunaan merek mempunyai beberapa tujuan<sup>31</sup>, yaitu:

- a. Sebagai identitas perusahaan yang membedakannya dengan produk pesaing, sehingga konsumen mudah untuk mengenali dan melakukan pembelian ulang.
- b. Sebagai alat promosi yang menonjolkan daya tarik produk.
- c. Untuk membina image yaitu dengan memberikan keyakinan, jaminan kualitas, serta citra prestise tertentu terhadap konsumen.
- d. Untuk mengendalikan dan mendominasi pasar artinya dengan membangun merek yang terkenal, image yang baik dan dilindungi oleh hak eksklusif berdasarkan hak cipta/paten, maka perusahaan dapat meraih dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Merek juga mempunyai makna<sup>32</sup>, yaitu:

a. Atribut

Merek mengingatkan pada atribut tertentu. Seperti “Bata memberi kesan sebagai sepatu yang berkualitas, dirancang dengan baik dan tahan lama”.

<sup>31</sup> Ali Hasan, op. Cit, hal. 152.

<sup>32</sup> Ibid., hal. 154.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b. Manfaat

Merek juga mempunyai manfaat karena pada dasarnya konsumen tidak membeli atribut tetapi membeli manfaat. Produsen harus dapat menerjemahkan atribut menjadi manfaat fungsional maupun manfaat emosional.

#### c. Nilai-nilai

Merek juga menyatakan nilai bagi produsennya, contohnya Mercedes berarti kinerja tinggi, keamanan, *prestise*, dan sebagainya.

#### d. Budaya

Merek juga mencerminkan budaya tertentu, Mercedes mencerminkan budaya Jerman, yaitu terorganisasi rapi, efisien, dan berkualitas tinggi.

#### e. Kepribadian

Merek juga dapat memproyeksikan kepribadian tertentu. Apabila merek itu menyangkut orang, binatang, atau suatu obyek, yang akan terbayangkan dari Mercedes adalah memberi kesan pimpinan yang baik (orang), singa yang berkuasa (binatang), atau istana yang megah (obyek).

#### f. Pemakai

Merek juga menunjukkan jenis konsumen pemakai merek tersebut.

Sebagian besar keputusan pembelian didasarkan pada kepercayaan, keyakinan, dan perasaan adanya hubungan dari orang dengan produk, jasa, atau seseorang. Di sini, intinya adalah hubungan berdasarkan kepercayaan. Dan memang, kepercayaan jauh lebih penting daripada kinerja produk, jasa, atau orang itu sendiri. Inilah inti *Branding*.

Membangun *Brand Image* yang positif dapat dicapai dengan program marketing yang kuat terhadap produk tersebut, yang unik dan memiliki kelebihan yang ditonjolkan, yang membedakannya dengan produk lain. Kombinasi yang baik dari elemen-elemen yang mendukung (seperti yang telah dijelaskan sebelumnya) dapat menciptakan *Brand Image* yang kuat bagi konsumen.

#### 4. Model *Public Relations*

Tahun 1984 James E. Grunig dan Todd Hunt mengajukan empat model *Public Relations* yang didasarkan kepada komunikasi, riset, dan etika. Semenjak saat itu, Grunig dan tim ilmuwan mengajukan model baru yang telah memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana *Public Relations* dipraktikkan.

Empat model yang asli adalah model Agen Pemberitaan (*Press Agency*), model Informasi Publik (*Public Information*), model Simetris dua arah (*Two Way Communication Symmetrical*), dan model Asimetris dua arah (*Two Way Communications Asymmetrical*).<sup>33</sup>

Agen Pemberitaan (*Press Agency*) adalah sebuah model dimana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju publik. Model ini adalah bentuk paling tua dari *Public Relations* dan model ini bermakna sama dengan promosi dan publisitas. Praktisi *Public Relations* yang mempraktikkan model ini selalu mencari kesempatan agar nama baik organisasi mereka muncul di media. Mereka tidak banyak melakukan riset tentang publik mereka. Termasuk dalam praktik model ini adalah taktik propaganda seperti penggunaan nama selebriti dan perangkat yang bisa memancing perhatian orang, seperti pemberian hadiah gratis, parade, dan *grand opening*.<sup>34</sup>

Informasi Publik (*Public Information*) berbeda dengan agen pemberitaan karena tujuan utamanya adalah untuk memberi tahu publik dan bukan untuk promosi dan publisitas, namun alur komunikasinya tetap satu arah.<sup>35</sup>

Model asimetris dua arah memandang *Public Relations* sebagai kerja persuasi ilmiah. Model ini menerapkan metode riset ilmu sosial untuk meningkatkan efektivitas persuasi dari pesan yang disampaikan. Praktisi *Public Relations* dengan model ini menggunakan survei, wawancara, dan fokus *group* untuk mengukur serta menilai publik sehingga mereka bisa merancang program *Public Relations* yang bisa memperoleh dukungan dari publik kunci. Organisasi dengan model ini masih lebih tertarik mengenai bagaimana publik menyesuaikan

<sup>33</sup> Dan Lattimore, Otis Baskin, dkk, *Public Relations Profesi dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hal. 63.

<sup>34</sup> Dan Lattimore, Otis Baskin, dkk, loc. Cit.

<sup>35</sup> Dan Lattimore, Otis Baskin, dkk, loc. Cit.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



diri dengan mereka ketimbang sebaliknya, organisasi yang menyesuaikan dengan kepentingan publik.<sup>36</sup>

Model simetris dua arah menggambarkan sebuah orientasi *Public Relations* di mana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi ketimbang persuasi satu arah.<sup>37</sup>

## 5. Hotel Syariah

Sebagai upaya untuk mengembangkan wisata halal (*halal tourism*), Indonesia berusaha meningkatkan keberadaan hotel syariah. Pemerintah melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia telah membuat pedoman penyelenggaraan hotel syariah. Syariah yang dimaksud disini adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).<sup>38</sup>

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggara Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah bahwa wisata syariah (*Halal Tourism*) adalah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah. Hotel Syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip syariah.<sup>39</sup>

Syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh hotel syariah berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Indonesia (DSN-MUI) adalah:

1. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila

<sup>36</sup> Ibid, hal. 64.

<sup>37</sup> Dan Lattimore, Otis Baskin, dkk, loc. Cit.

<sup>38</sup> Satriana Eka, *WISATA HALAL: PERKEMBANGAN, PELUANG, DAN TANTANGAN* Journal of Halal Product and Research (JHPR), Vol. 01 No.02, Mei-November 2018.

<sup>39</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), "Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah", diakses dari <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah> pada tanggal 15 Juni 2019 pukul 20.46 WIB di Pekanbaru.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi, dan tindakan asusila.
3. Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI.
4. Menyediakan fasilitas, peralatan, dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci.
5. Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah.
6. Hotel syariah wajib memiliki pedoman atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah.
7. Hotel syariah wajib menggunakan jasa lembaga keuangan syariah dalam melakukan pelayanan.

Ciri khas hotel syariah adalah<sup>40</sup>:

1. Peraturan hotel syariah berbasis syariah, layanan yang diberikan tidak bertentangan dengan kaidah islam, seperti tidak memberikan izin kepada pasangan yang bukan muhrim kecuaali memesan kamar yang bebrbeda.
2. Pemilik hotel diwajibkan menggunakan fasilitas perbankan Syariah, begitu juga dengan investor yang ingin berinvestasi harus menyetujui prinsip-prinsip syariah.
3. Failitas hotel syariah tersedia mushollah khusus, alat sholat dimasing-masing kamar, waktu pengingat azan didalam kamar, dan pada interior memasukkan unsur-unsur islamiyah seperti tambahan kaligrafi.
4. Petugas atau pegawai yang bekerja di hotel syariah wajib berpakaian muslim.
5. Makanan dan minuman di hotel Syariah tidak menyediakan minuman yang berbau alkohol dan makanan yang tidak halal menurut islam,
6. Tidak menyediakan fasilitas hiburan seperti klub atau diskotik.

<sup>40</sup> BEBERAPA CIRI YANG MEMBEDAKAN HOTEL SYARIAH DAN HOTEL KONVENSIONAL di akses dari <http://rifan-financindo.com/beberapa-ciri-yang-membedakan-hotel-syariah-dan-hotel-konvensional/>, pada tanggal 16 Desember 2019 pukul 21.25 WIB di Pekanbaru.

## B. Kajian Terdahulu

Dalam pembuatan karya ilmiah, sebelumnya penulis melakukan pengamatan dan tinjauan pustaka terhadap jurnal penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan, dengan tujuan agar terhindar dari kesamaan-kesamaan penelitian, jurnal yang memiliki kemiripan tersebut diantaranya ialah :

Skripsi penelitian yang berjudul Strategi Media Relations Aziza Syariah Hotel Solo (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations Dalam Branding Aziza Syariah Hotel Solo) oleh Kusniran<sup>41</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan strategi *media relations* yang digunakan *public relations* Aziza Syariah Hotel Solo dalam *branding*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu *Public Relations* Aziza Syariah Hotel Solo. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa data dari Miles dan Huberman yaitu *interactive model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Public Relations* Aziza Syariah Hotel Solo dalam melakukan *branding* bertujuan untuk menarik minat konsumen dengan layanan dan fasilitas hotel berbasis islami. Kegiatan *branding* yang dilakukan *public relations* menggunakan media dengan *press release*, melalui *talk show* di televisi dan radio. Hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan *media relations* adalah hambatan waktu khususnya dalam pelaksanaan *talk show* sehingga *public relations* harus memperkuat *branding* melalui *press release*.

Persamaan dari penelitian kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan dari penelitian yang penulis lakukan adalah penulis ingin meneliti bagaimana penerapan model komunikasi *Public Relations* dalam membangun *brand image Halal Tourism* di hotel syariah Sri Indrayani

<sup>41</sup> Beti Ayu Oktafia Kusniran, *Strategi Media Relations Aziza Syariah Hotel Solo (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations Dalam Branding Aziza Syariah Hotel Solo)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
4. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



akan baru, sedangkan penelitian sebelumnya meneliti dari sudut pandang *media relations* yang digunakan Aziza Syariah Hotel dalam *branding* Azizah Syariah Hotel Solo.

Skripsi penelitian yang berjudul Strategi *Public Relations* Dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism Di Syariah Hotel Solo oleh Setyawati.<sup>42</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* dalam mempertahankan citra *Halal Tourism* di Syariah Hotel Solo. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan metode deskriptif yaitu dengan melakukan penelitian langsung, melakukan observasi secara mendalam, serta menggambarkan dan menyajikan fakta yang ada di lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah Citra *Halal Tourism* di Syariah Hotel Solo yang sudah positif dapat tetap dipertahankan. *Public relations* syariah hotel solo semakin gencar melakukan kegiatan yang digunakan dalam mempertahankan citra. Strategi yang dilakukan oleh *public relations* adalah dengan *Human relations*, *Community Relations*, serta *Media Relations*.

*Public relations* menjalin hubungan dengan berbagai kalangan. Hal ini dimaksudkan untuk mempertahankan citra, disamping itu hubungan yang baik disemua kalangan akan membawa citra positif perusahaan. Kegiatan tersebut berupa kegiatan eksternal dan internal. Kegiatan eksternal berupa hubungan dengan masyarakat sekitar hotel, hubungan dengan media dan komunitas yang ada di solo. Kegiatan internalnya berupa menjaga hubungan sesama karyawan, meningkatkan tentang ilmu keagamaan yang setiap satu bulan sekali diadakan pengajian dan qataman al-quran, hal ini bertujuan untuk meningkatkan keilmuan di bidang keagamaan pada setiap karyawan guna mempertahankan citra *halal tourism* di syariah hotel solo.

Persamaan dari kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yaitu dengan melakukan penelitian langsung, dan melakukan observasi. Kemudian persamaan tujuannya adalah untuk membangun *brand image Halal*

<sup>42</sup> Diana Setyawati, *Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism Di Syariah Hotel Solo*, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tourism. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori penelitian. Penulis menggunakan model *Public Relations* oleh James E. Grunig dan Todd Hunt, sedangkan kajian terdahulu menggunakan teori Strategi *Public Relations*.

Skripsi penelitian yang berjudul Penerapan Fungsi Manajemen Oleh *Public Relations* Dalam Membangun *Brand Image* Di KCS Bank BTN Syariah Pekanbaru oleh Novchi.<sup>43</sup> Penelitian ini dilakukan karena pada tahun 2014 BTN Syariah merupakan bank yang cukup baru hadir di Pekanbaru dan karena persaingan bank yang cukup besar di area Pekanbaru. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang mana dalam metode ini penulis menggunakan dua jenis sumber data untuk melaksanakan penelitian yakni data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan melaksanakan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Berdasarkan hasil dari penelitian yang penulis lakukan, maka penulis menemukan bahwa dalam membangun *Brand Image* KCS BTN Syariah Pekanbaru menggunakan teori Grunig yang menggunakan model *Two Way Symmetrical* (Model komunikasi simetris dua arah timbal balik). Perusahaan telah melaksanakan aktifitas *Public Relations* sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen yang diterapkan oleh perusahaan.

Persamaan dari kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi sedangkan teori yang digunakan model *Public Relations* oleh James E. Grunig dan Todd Hunt. Kemudian terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan, yaitu peneliti meneliti tentang penerapan model komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *brand image Halal Tourism*, sedangkan kajian terdahulu meneliti tentang penerapan fungsi manajemen yang dilakukan oleh *Public Relations* Bank BTN Syariah dalam membangun *brand image*.

<sup>43</sup> Raja Widya Novchi, *Penerapan Fungsi Manajemen Oleh Public Relations Dalam Membangun Brand Image Di KCS Bank BTN Syariah Pekanbaru*, UIN SUSKA RIAU, 2014.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang UIN Suska Riau

Skripsi penelitian yang berjudul Penerapan Model Public Relations 2.0 pada Kegiatan Humas Badan Pengawasan Keuangan Dan Pembangunan (BPKP) oleh Anjani.<sup>44</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana humas BPKP menerapkan model *Public Relations* pada kegiatan humas yang dilakukan. Penulis menggunakan lima model karakteristik *Public Relations* dalam Asesmen ini yaitu komunikasi dua arah, Interaktif, Respon yang cepat, komunikasi konstan dan hemat ruang dan waktu. Disini penulis menggunakan ke lima model tersebut untuk melakukan Asesmen disetiap kegiatan kehumasan BPKP Pusat. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Jenis metode penulisan deskriptif kualitatif yang digunakan pada penulisan ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai penerapan dan bagaimana cara penerapannya dalam humas BPKP pusat menggunakan model *Public Relations* dalam organisasi perusahaan.

Persamaan dari kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dan juga terdapat persamaan teori yang digunakan yaitu model *Public Relations* James E. Grunig dan Todd Hunt. Kemudian perbedaannya terletak pada tujuan penelitiannya dimana peneliti melakukan penelitian untuk dapat mengetahui penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *brand Image Halal Tourism*, sedangkan kajian terdahulu meneliti tentang penerapan model *Public Relations* pada kegiatan humas Badan Pengawasan Keuangan Dan Pembangunan (BPKP).

<sup>44</sup> Ira Anjani, *Penerapan Model Public Relations Pada Kegiatan Humas Badan Pengawasan Keuangan Dan Pembangunan (BPKP)*, Universitas Jakarta, 2019.



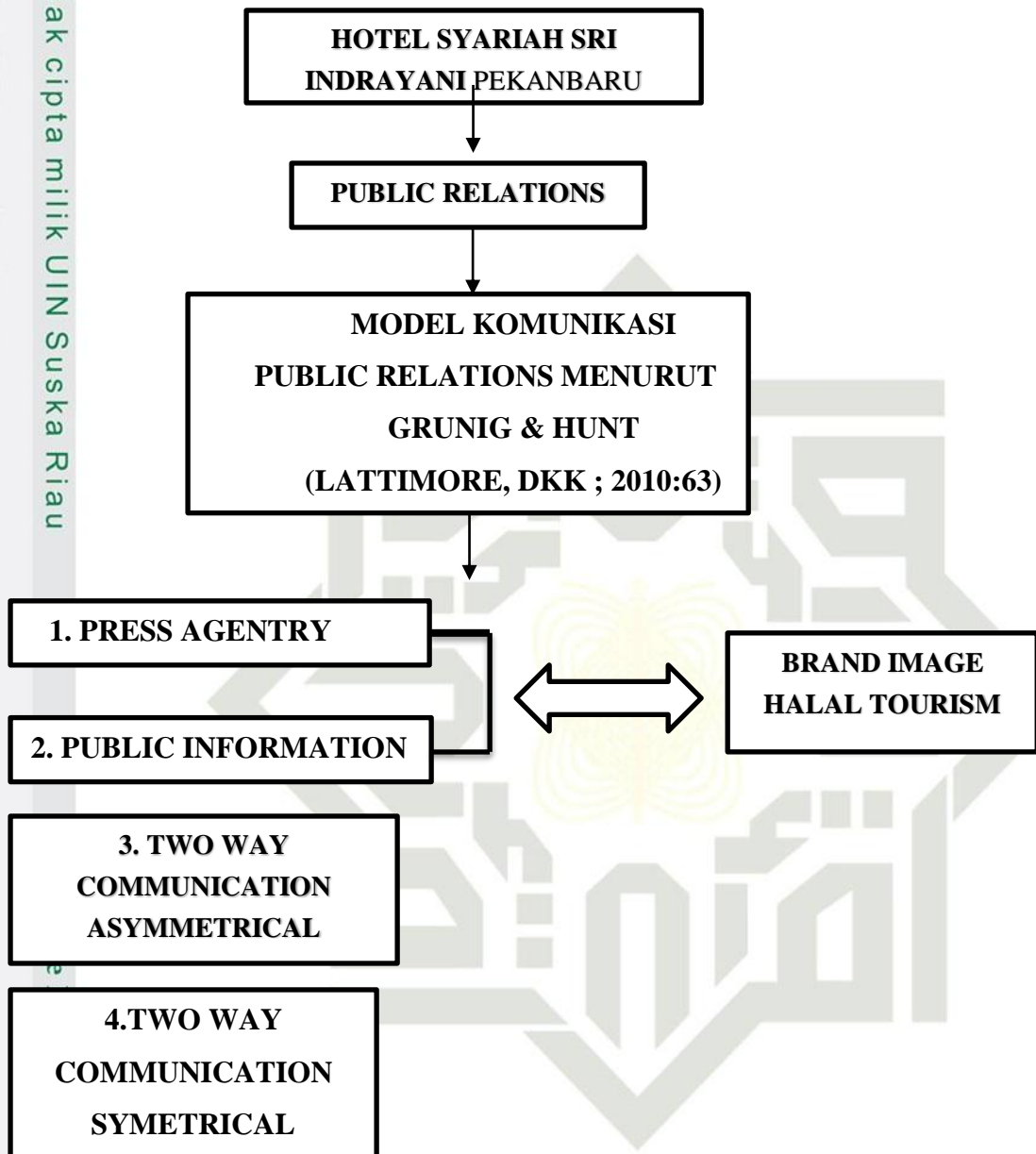
## Kerangka Pikir

1. Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

3. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Berdasarkan kerangka pikir tersebut dikatakan bahwa penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang telah dipaparkan dalam rumusan masalah agar dapat memenuhi tujuan penelitian. Bagaimana penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image* Halal Tourism akan terlaksana melalui model *Public Relations* yang dikemukakan oleg James E. Grunig dan Todd Hunt, berikut penjelasannya:

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

### Press Agency (Agen Pemberitaan)

Press Agency atau agen pemberitaan adalah sebuah model di mana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju publik. Model ini adalah bentuk paling tua dari *Public Relations* dan model ini bermakna sama dengan promosi dan publisitas. Praktisi *Public Relations* yang mempraktikkan model ini selalu mencari kesempatan agar nama baik organisasi mereka muncul di media. Mereka tidak banyak melakukan riset tentang publik mereka. Termasuk dalam praktik model ini adalah taktik propaganda seperti penggunaan nama selebriti atau menyewa bintang iklan ternama dan perangkat yang bisa memancing perhatian orang; pemberian hadiah gratis, parade, dan *grand opening*. Walaupun agen pemberitaan ini bukan tidak etis, mereka juga tidak dianggap sebagai sesuatu yang etis. Semakin keras mereka bersuara, semakin banyak perhatian yang akan mereka peroleh, terlepas mereka salah atau benar sehingga akan semakin baik mereka melakukakn pekerjaan mereka.<sup>45</sup>

### Informasi Publik

Berbeda dengan agen pemberitaan karena tujuan utamanya adalah untuk memberi tahu publik dan bukan untuk promosi dan publisitas, dalam konteks komunikasi penyampaian berita masih tetap satu arah dimana sebuah subjek berusaha menyampaikan pesan yang dimengerti komunikan dengan secara tidak wajib menanggapi umpan balik. Para praktisi *Public Relations* yang bekerja dengan model seperti ini sedikit sekali melakukan riset terhadap audiensi mereka dalam rangka menguji kejelasan pesan yang mereka sampaikan. Dalam hal ini *Public Relations* bertindak sebagai *Journalist in residence*, artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarluaskan informasi kepada publik dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa.<sup>46</sup>

Bentuk ini lebih baik dan mengandung lebih banyak kebenaran karena penyebarannya melalui siaran pers, *news letter*, video, buletin, brosur, majalah, produk atau testimoni, surat langsung (*direct mail*), dan media sosial.

<sup>45</sup> Dan Lattimore, Otis Baskin, dkk, *Public Relations Profesi dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hal. 63.

<sup>46</sup> Ibid, hal. 63.

## Model Asimetris dua arah

Model ini memandang *Public Relations* sebagai kerja persuasi ilmiah. Model ini menerapkan metode riset ilmu sosial untuk meningkatkan efektivitas persuasi dari pesan yang disampaikan. Praktisi *Public Relations* dengan model ini menggunakan survei, wawancara, dan fokus group untuk mengukur serta menilai publik sehingga mereka bisa merancang program *Public Relations* yang bisa memperoleh dukungan dari publik kunci. Walaupun timbal balik (*feedback*) dari semua itu dipertimbangkan ke dalam proses pembuatan program, namun organisasi dengan model ini masih lebih tertarik mengenai bagaimana publik menyesuaikan diri dengan mereka ketimbang sebaliknya, organisasi yang menyesuaikan dengan kepentingan publik.<sup>47</sup>

## Model Simetris dua arah

Model ini menggambarkan sebuah orientasi *Public Relations* di mana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi ketimbang persuasi satu arah. Grunig berpendapat bahwa model ini merupakan model yang paling etis karena semua kelompok merupakan bagian dari resolusi masalah.<sup>48</sup>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>47</sup> Ibid, hal.64.

<sup>48</sup> Ibid, hal.64



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.<sup>49</sup>

#### B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru Jalan Dr. Sam Ratulangi No. 45 Kelurahan Sago Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru, Riau.

No	Waktu	Kegiatan Penelitian
1	12 Januari 2019	Mengidentifikasi Masalah
2	14 Februari 2019	Acc Judul penelitian
3	04 Maret 2019	Proses bimbingan
4	25 Maret 2019	Acc seminar proposal
5	01 Juli 2019	Proses pengurusan surat penelitian
6	08 Juli 2019	Observasi lapangan
7	06 Agustus 2019	Proses melakukan wawancara
8	06 Agustus 2019	Pengambilan dokumentasi

**Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian**

#### C. Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari 2 macam data, yaitu:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek

<sup>49</sup> Jalaludin Rachmat, *Metode penelitian Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2005), 24.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, observasi.<sup>50</sup> Sebagai data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara peneliti dengan Direktur Keuangan sekaligus *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru serta observasi langsung ke hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru di waktu jam operasional hotel berlangsung. Dalam penelitian ini data dapat diperoleh langsung dari observasi, dan wawancara.

#### Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak perusahaan<sup>51</sup>, seperti dokumentasi, gambaran umum Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru, dan struktur organisasi. Data ini juga diperoleh dengan mempelajari dari berbagai pustaka dan literturnya yang memiliki relevansi dengan sasaran penelitian, seperti buku-buku teks *Public Relations* dan *Perhotelan*.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan oleh *Public Relations* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dapat berupa dokumentasi serta buku-buku atau brosur tentang kegiatan promosi dalam membranding Hotel Syariah Sri Indrayani.

### Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek.<sup>52</sup> subjek yang memahami informasi tentang penelitian sebagai perilaku atau orang lain sebagai objek penelitian. Dalam memilih informan adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian atau informan yang mengetahui secara mendalam permasalahan yang diteliti.

<sup>50</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2006), hal.41

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), Cet. Ke 8, hal.137.

<sup>52</sup> Rachmat Kriyantono, op. Cit, hal.100.

Informan yang mengetahui secara mendalam permasalahan yang diteliti.

#### Informan Kunci

Dalam penelitian ini informan kuncinya adalah *Presiden Komisaris (Preskom)* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru, *Direktur Utama* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru.

No	Nama Informan	Jabatan
1.	Indra B Syukur	Presiden Komisaris ( Preskom )
2.	Raznizal Syukur	Direktur Utama

**Tabel 3.2 Informan Kunci Penelitian**

#### 2. Informan Pendukung.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan pendukung adalah Public Relations Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru.

No	Nama Informan	Jabatan
1.	Merza Gamal	Direktur Keuangan dan Public Relations Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru
2.	Irgi Rizki Ari	Receptionis
3.	Wati	Tamu Hotel

**Tabel 3.3 Informan Pendukung Penelitian**

### Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Pengumpulan Data

##### a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan sesuatu obyek dengan sistematika fenomena yang diselidiki.<sup>53</sup> Pengertian lain observasi adalah suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta “merekam” perilaku sistematis untuk suatu tujuan tertentu atau suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan kesimpulan atau

<sup>53</sup> Sukandarrumidi, *Metodologi penelitian*, (Yogyakarta: UGM Press, 2012), hlm. 69.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diagnosis.<sup>54</sup> Teknik ini adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitiannya. Kita dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliput seluruh peristiwa. Instrumen yang digunakan adalah dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan maupun alat perekam.

Cara kerja observasi yaitu peneliti akan melakukan pengamatan langsung objek yang dituju yaitu Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru guna mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian seperti lokasi hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru, fasilitas yang tersedia di hotel, tata tertib pengunjung hotel, dan sarana prasarana yang menunjang hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru sebagai hotel yang *memiliki Brand Image Halal Tourism*.

#### b. Wawancara

Wawancara adalah Teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi dengan ukuran sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara langsung dengan memperhatikan Bahasa sesuai dengan tingkat pengetahuan informan.<sup>55</sup>

Wawancara yang akan dilakukan dibantu dengan menggunakan handphone sebagai perekam percakapan, alat tulis dan alat bantu lainnya dan ditunjukkan pada objek maupun subyek yaitu Direktur Hotel Syariah Sri Indrayani, Public Relations, karyawan atau devisi dan juga pada para customer yang datang dengan persetujuan dari kedua belah pihak agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

#### c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan menginvestasi dokumen-dokumen yang relevan dan terkait dengan permasalahan yang diteliti. Yaitu mempelajari dan menganalisa bahan-bahan berupa tulisan atau gambar yang diambil dari foto-foto, arsip berupa diktat, dan lain

<sup>54</sup> Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2013), hlm.131.

<sup>55</sup> Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosada Karya 2009), 88.

sebagainya untuk penguat atas kebenaran data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Dalam hal ini yaitu data-data, foto-foto, arsip-arsip yang berhubungan dengan penerapan model komunikasi *Public Relations* Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image* Halal Tourism seperti yang dapat memperkuat data penelitian, data ini dapat diperoleh langsung dari dokumen yang ada di hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru.

### **Validitas Data**

Data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumentasi subyek yang akan diteliti (bila ada) dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan pada penelitian kualitatif ini adalah diharapkan penelitian ini menggambarkan realita empiris di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas yang terjadi sesuai penerapan model komunikasi *Public Relations* dalam membangun *Brand Image Halal Tourism* di hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru. Adapun jenis penelitian ini adalah kata-kata (pernyataan) seseorang dalam menerapkan model komunikasi *Public Relations* ditentukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai segala keinginan yang diinginkan.

### **Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, dan dianalisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Meleong<sup>56</sup> yaitu:

1. Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topic pembahasan.
2. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
3. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topic pembahasan.

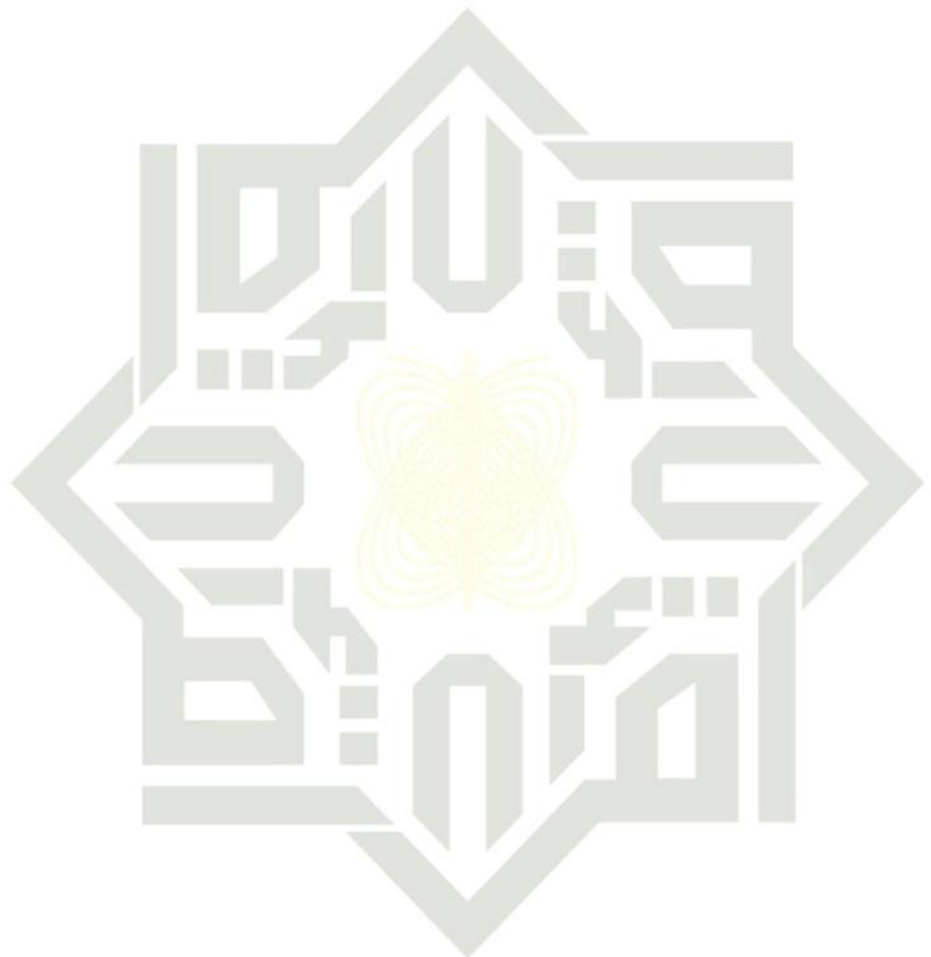
---

<sup>56</sup>Ibid., hal. 11.



Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat.

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengotakan data melalui analisis deskriptif kualitatif. yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.



UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Sejarah berdirinya Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru

Hotel syariah Sri Indrayani Pekanbaru berdiri pada tahun 1971 yang berawal dari rumah pribadi dari milik Keluarga Syukur Luthan. Sebelum berdirinya Hotel Syariah Sri Indrayani, pada tahun 1960-an bangunan tersebut di sewa oleh perusahaan penerbangan Air Indonesia sebagai *Mess* para *crew* mereka yang sedang bertugas di Pekanbaru. Setelah kontrak *Mess* tersebut selesai pada tahun 1971, Ibu Ratna Syukur Luthan meneruskan *Mess* tersebut menjadi Wisma Sri Indrayani hingga berkembang menjadi hotel bintang tiga.

Setelah lama terkesan agak redup di tengah persaingan perhotelan di kota Pekanbaru, kini anak-anak Bapak Syukur Luthan yaitu Indra B. Syukur, Rasnizal Syukur, Merza Gamal Syukur mencoba bangkit dan menata kembali hotel legendaris ini.

Mereka bersepakat menjadikan Hotel Sri Indrayani dengan konsep syariah, keluarga, agrowisata dan menjadi salah satu pusat pemasaran produk UMKM. Oleh sebab itu, pendekatan yang mereka lakukan dengan keramahan sehingga nyaman bagi siapa saja yang menginap di hotel ini. Harganya pun terjangkau. Pilihan konsep syariah, menurut Bapak Indra B Syukur sebenarnya sejak berdiri dulu sudah menjadi '*brand*'. Oleh sebab itu, sekarang Ini hanya mengingatkan publik kembali.

Hotel Sri Indrayani yang terletak di Jalan Sam Ratulangi Pekanbaru dengan lahan parkir sangat luas terasa lebih sejuk karena pepohonan. Sebagian kamar dengan gaya *cottage* yang nyaman bagi para tamu. Kesan syariah semakin kental karena hotel ini terletak berseberangan dengan Masjid Tafakkur yang memudahkan para tamu muslim untuk beribadah.

Adapun sejarah bangunannya, pada tahun 1971 pertama kali halaman depannya berada tepat dibelakang bangunan gedung hotel saat ini yaitu di jalan Bangsa.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.1 Hotel bagian depan pada tahun 1971**

Kemudian pada tahun 1987 diresmikannya perluasan Hotel Sri Indrayani Pekanbaru oleh Gubernur Riau H. Imam Munandar dan sehingga didirikannya bangunan baru sebagai halaman depannya tepat di jalan Sam Ratulangi.



**Gambar 4.2 Prasasti Peresmian Gedung Hotel**

Setelah bangunan selesai, hotel Sri Indrayani memiliki penampilan yang baru, sehingga dapat menarik minat para tamu hotel untuk menginap di Hotel



2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Syariah Sri Indrayani. Sebuah hotel syariah yang terletak dalam satu taman di tengah kota Pekanbaru. Kamar-kamar yang luas, nyaman dan langsung menghadap ke Taman.

Berawal dari wisma yang memiliki empat buah kamar kini tumbuh menjadi hotel berbintang tiga yang memiliki 47 kamar. Diantaranya terdapat dua kamar tipe suite room dan empat kamar junior suite room. Sedangkan sisanya berupa kamar standar dan deluxe.



**Gambar 4.3 hotel bagian depan pada tahun 1987 sampai sekarang (tahun 2019).**

Semenjak tahun 1987 hotel Sri Indrayani merupakan hotel berbintang pertama di kota Pekanbaru.

Dalam perkembangan bisnis perhotelan di kota Pekanbaru saat ini telah banyak bermunculan hotel-hotel, sehingga menyebabkan timbulnya banyak persaingan bisnis perhotelan di kota ini.

Seiring berjalannya waktu karena banyaknya persaingan bisnis perhotelan ini, manajemen hotel Sri Indrayani mengembangkan prinsip hotel yang lebih khusus, yaitu menerapkan prinsip hotel syariah, dimana setiap tamu yang ingin menginap harus mengikuti syariah, seperti pasangan suami istri yang jelas hubungannya.

Sebelum menjadi hotel syariah, pengelolaan hotel ini berdasarkan brand Akomodasi Penjamin Reputasi karena dengan adanya brand ini tamu-tamu yang akan beraktivitas dan akan menginap di hotel merasa lebih aman dan terjamin keselamatannya.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari data yang peneliti peroleh terdapat peningkatan jumlah pengunjung hotel dari setiap tahunnya, dapat dilihat dari tabel berikut:

No	Bulan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Januari	98	108	373
2	Februari	109	118	540
3	Maret	123	119	715
4	April	138	124	280
5	Mei	231	117	937
6	Juni	132	94	588
7	Juli	140	89	431
8	Agustus	131	72	371
9	September	129	132	455
10	Oktober	166	144	553
11	November	253	243	532
12	Desember	176	342	695

**Tabel 4.1 Data Pengunjung Hotel dari tahun 2016-2018**

### B Struktur Organisasi Hotel Syariah Sri Indrayani

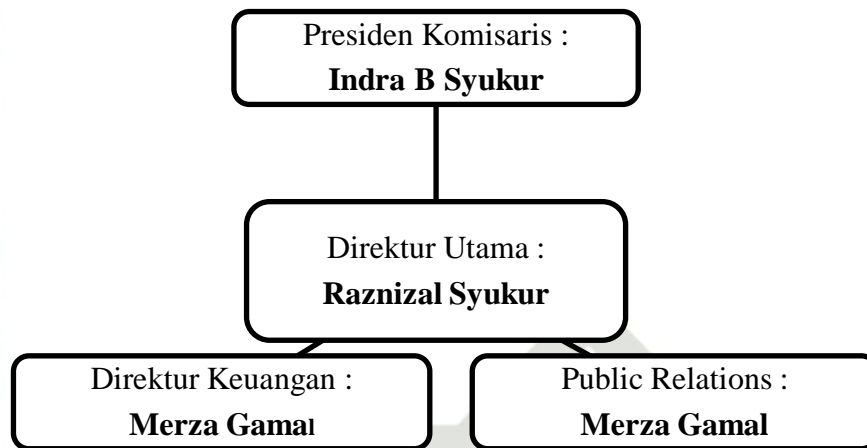
Dalam setiap hotel pasti terdapat struktur organisasi, baik itu skala kecil, menengah, ataupun besar yang akan bertanggung jawab terhadap perencanaan, strategi harga, dan promosi.

Struktur organisasi hotel padamasing-masing hotel sangatlah berbeda, tergantung dari besar kecilnya hotel tersebut.<sup>57</sup> Adapun struktur organisasi Hotel Syariah Sri Indrayani adalah sebagai berikut:

<sup>57</sup> Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: CV Andi Offset) hlm 36

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Sarana dan Fasilitas yang ada di Hotel Syariah Sri Indrayani

Sebagai hotel syariah, hotel Sri Indrayani memiliki fasilitas-fasilitas seperti:

1. Lobby, merupakan salah satu fasilitas untuk tamu, fungsi lobby antara lain:<sup>58</sup>
  - a. Sebagai tempat tamu tiba Check in
  - b. Sebagai tempat tamu melaksanakan proses registrasi
  - c. Tempat pertemuan tamu hotel dengan tamu yang lain
  - d. Tempat tamu melaksanakan proses keberangkatan / meninggalkan hotel  
(check out)
  - e. Sebagai tempat pameran atau kerajinan daerah setempat.



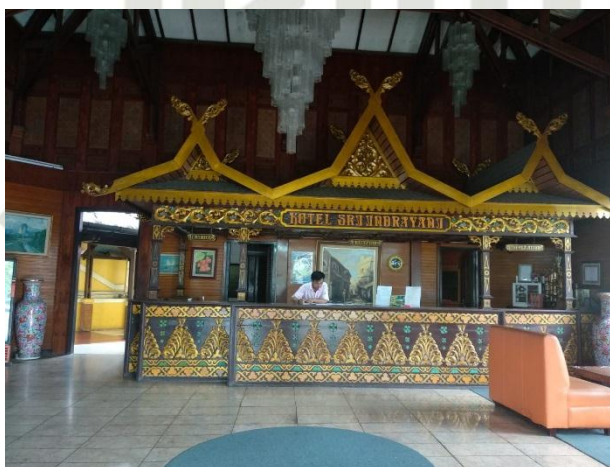
**Gambar 4.4 Lobby**

<sup>58</sup> Bagyono, *Pariwisata dan Perhotelan* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 76

Front Office, bagian ini disebut “Jantung Hotel” dan merupakan penghubung langsung antara tamu dan manajemen. Fungsi utama Front Office adalah menjual kamar.

Secara rinci tugas dan tanggung jawab front officesebagai berikut:<sup>59</sup>

- a. Menangani pemesanan kamar
- b. Memberikan informasi kepada tamu
- c. Menangani penerimaan tamu
- d. Menangani barang bawaan tamu
- e. Menangani pembayaran rekening tamu
- f. Menangani pelayanan sambungan telepon



**Gambar 4.5 Front Office**

3. Masjid, untuk sarana ibadah yang berlokasi tepat disamping bangunan hotel. Para tamu bisa melaksanakan sholat berjamaah.

<sup>59</sup> Ibid, hlm 80



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.6 Masjid Tafakkur**

4. Kamar Hotel, merupakan produk utama hotel sekaligus penyumbang penghasilan terbesar hotel.<sup>60</sup> Terdapat tempat tidur dengan ukuran Twin Bed dan Double Bed dan disetiap kamar hotel terdapat toilet dan kamar mandi. Apabila tamu hotel ingin melaksanakan sholat dan mengaji didalam kamar hotel, pihak hotel menyediakan sajadah dan Al-Quran.



**Gambar 4.7 Kamar Tidur tipe Twin Bed**

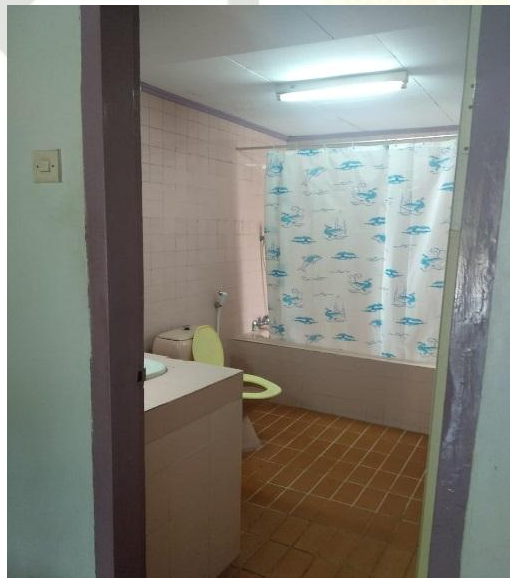
<sup>60</sup>Ibid, hlm. 76

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.8 Kamar Tidur Tipe Double Bed**



**Gambar 4.9 Kamar Mandi**



Meeting Room, ruang yang bisa disewakan untuk berbagai keperluan , bisa dipakai untuk acara rapat, pesta, seminar, atau pertemuan lainnya. Meeting Room juga disebut *Banquet room* dan *conventional hall*.<sup>61</sup>



**Gambar 4.10 Meeting Room**

6. Coffee Shop, tidak menyediakan minuman beralkohol.



**Gambar 4.11 Coffee Shop**



Toilet Umum, terdapat dibagian luar kamar hotel.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



**Gambar 4.12 Toilet Umum**

8. Taman Bermain, sebagai hotel syariah manajemen hotel menyediakan arena taman bermain bagi tamu-tamu dan keluarganya sesuai dengan program hotel syariah yang ingin menciptakan suasana hotel menjadi suasana rumah bagi tamu-tamu hotel yang menginap.



**Gambar 4.13 Taman Bermain**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pojok Kuliner, berada diluar hotel tepatnya didepan halaman hotel.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Gambar 4.14 Pojok Kuliner

10. Galeri Oleh-oleh yang bernuansa Melayu, di galeri tersebut menyediakan Kain Songket, Tanjak, baju, Snack khas melayu, dan lain-lain.



Gambar 4.15 Gerai Oleh-oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Area Parkir, terletak dibagian halaman depan hotel dan belakang hotel.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.16 Area Parkir**

### **Peraturan dan Tata Tertib Hotel ( Hotel Regulation )**

Demi menjaga keamanan, ketertiban, dan kenyamanan lingkungan hotel, hotel Syariah Sri Indrayni Pekanbaru membuat dan menerapkan peraturan dan tata tertib yang harus diperhatikan dan di taati selama berada dilingkungan hotel, yaitu:

#### **PERATURAN DAN TATA TERTIB HOTEL**

##### **HOTEL REGULATION**

1. Hotel tidak akan bertanggung jawab atas kehilangan barang-barang berharga milik tamu.
2. Safety Box tersedia di Front Office untuk menitipi barang-barang berharga tanpa dipungut biaya penitipan.
3. Setiap ingin meninggalkan hotel dimohon kepada Bapak/Ibu supaya menitipkan kunci kamar di front office. Sebaiknya pintu kamar dalam keadaan terkunci
4. Tidak dibenarkan membawa binatang kedalam kamar.
5. Tidak dibenarkan membawa / menerima tamu yang berlainan jenis ke dalam kamar.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tidak dibenarkan membawa buah-buahan yang berbau tajam, misalnya durian dan lain sebagainya didalam kamar.

Tidak dibenarkan untuk mempergunakan aliran listrik (stop contact) kecuali untuk alat mengeringkan rambut, bercukur, dan charged hand phone.

Kerusakan barang-barang milik hotel yang disebabkan oleh kelalaian tamu, akan dibebankan biayanya kepada tamu ybs.

Tidak dibenarkan untuk bermain judi, meminum minuman keras, berbuat asusila dan memakai narkoba didalam kamar.

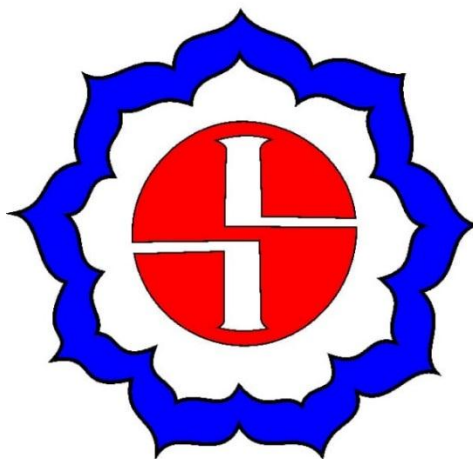
10. Check Out time adalah jam 12.00 WIB

11. Rekening hotel dapat di tagihkan kepada tamu setiap waktu bila pimpinan hotel menghendaknya.

12. Tamu tidak diperkenankan untuk mencuci pakaian didalam kamar.

13. Wanita yang berdomisili di Pekanbaru dan tidak didampingi oleh muhrimnya di sarankan tidak menginap di hotel.

#### **Logo Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru**



**GAMBAR 4.17 Logo Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru**

## A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai penerapan model komunikasi *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*, diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru merupakan hotel yang mempunyai *Brand Halal Tourism*.
2. *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam membangun *brand image Halal Tourism* menggunakan model *Public Relations* oleh James E. Grunig dan Todd Hunt yaitu model Agen Pemberitaan (*Press Agency*), dan Informasi Publik (*Public Information*).
3. Dalam model Agen Pemberitaan (*Press Agency*) dengan tujuan promosi dan menarik perhatian dengan melakukan propaganda (mempengaruhi) dengan cara publisitas dan promosi seperti bekerja sama dengan Yayasan Tafaqquh dalam acara karantina peserta Rumah Tahfiz yang diikuti oleh peserta yang berasal dari berbagai daerah yang ada di Indonesia dan bahkan diluar Indonesia, bekerja sama dengan Riau Pos Group dalam menyediakan *Safe House* bagi korban asap pada tanggal 21 September 2019, mengadakan acara Festival Kreasi Melayu.
4. Dalam model Informasi Publik (*Public Information*) *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru bergabung dengan media *online* Traveloka dan Airy Room supaya pengunjung hotel dapat dengan mudah memesan kamar hotel dan dapat mengetahui secara rinci fasilitas kamar hotel apa yang diinginkan, Informasi Publik (*Public Information*) adalah untuk memberi tahu publik dan bukan untuk promosi dan publisitas, dalam konteks komunikasi penyampaian berita masih tetap satu arah dimana sebuah subjek berusaha

## BAB VI PENUTUP

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.

menyampaikan pesan yang dimengerti komunikasi dengan secara tidak wajib menanggapi umpan balik.

Dalam model Informasi Publik (Public Information) ini *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*. Dengan media sosial *Youtube* *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dapat mengunggah video berupa review hotel sehingga publik mendapatkan informasi yang luas tentang hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru, kemudian dengan media sosial *Instagram* dan *Facebook* *Public Relations* hotel dapat memberikan informasi kepada publik tentang bagaimana perkembangan, aktifitas, dan keadaan hotel syariah Sri Indrayani tersebut. Contohnya dengan mengunggah foto bagaimana keadaan taman bermain yang terdapat di hotel Syariah Sri Indrayani, kemudian juga mengunggah foto kondisi dan fasilitas kamar hotel tersebut dan informasi mengenai kuliner yang disediakan hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru.

#### B. Saran

Dengan melihat kegiatan *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*, maka peneliti memberikan beberapa saran yang perlu diperhatikan:

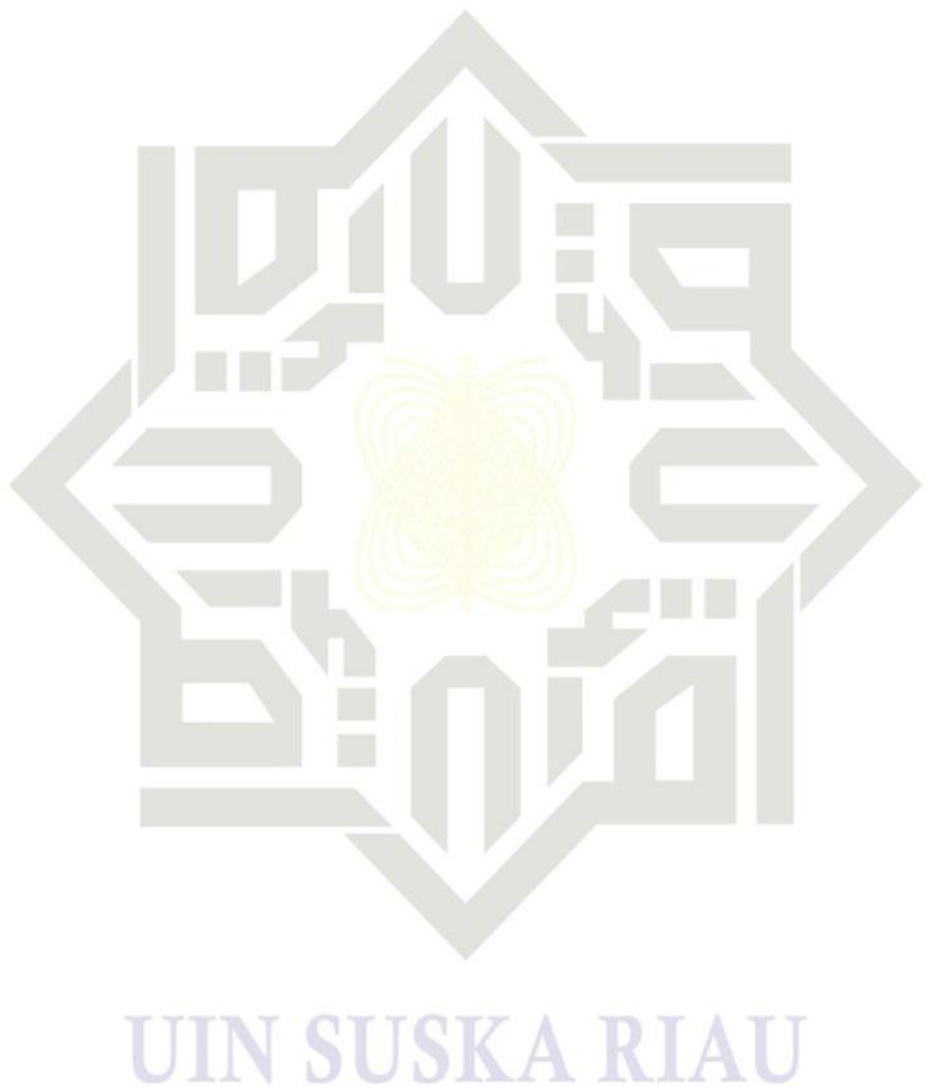
1. Dalam mempromosikan hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru, pihak manajemen hotel atau *Public Relations* hotel disarankan untuk menambah media *online* seperti *Tiket.com*, *Pegipegi.com*, *OYO*, dan lain-lain. Agar *brand* Syariah hotel Sri Indrayani Pekanbaru dapat dikenal luas oleh seluruh publik di Indonesia.
2. Dalam hal ini peneliti memberikan saran kepada *Public Relations* hotel untuk dapat menggunakan model *Public Relations Two Way Communication Symmetrical*, karena pada model ini *Public Relations* harus melakukan riset ke publik untuk mengetahui keinginan pengunjung hotel Syariah Sri Indrayani sesuai dengan *Brand Image Halal Tourism*. Dengan penelitian ini diharapkan



mampu menjadi acuan bagi mahasiswa, dosen, dan para peneliti yang berhubungan dengan perspektif *Public Relations* dalam membangun *Brand Image Halal Tourism*, walaupun penelitian ini tidak luput dari berbagai kekurangan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Abriar, Ana Nadhya, 2008, *Kebijakan Komunikasi*, Yogyakarta: Gava Media.
- Arni, Muhammad, 1992, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Agayono, 2017, *Pariwisata dan Perhotelan*, Bandung: Alfabeta.
- Agudi, Agung Permana, 2013, *Manajemen Marketing Perhotelan*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Cutlip, Scott M, dkk, 2005, *Effective Public Relations*, Jakarta: Indeks.
- Elvinaro, Ardianto, dkk, 2007, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Fandy Tjiptono, 2005, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, Malang: Bayu Media Publishing.
- Lattimore, Dan, dkk, 2010, *Public Relations*, Jakarta: Salemba Humanika
- Hasan, Ali, 2008, *Marketing*, Yogyakarta: MedPress
- Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*, 2013, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rampersad, Hubert K, 2008, *Sukses Membangun AUTHENTIC PERSONAL BRANDING*, Jakarta: PPM
- Rangkuti, Freddy, 2002, *The Power Of Brands*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Gita Media Press).
- Kotler Philip dan Kevin Lane, 2009, *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1*, Jakarta: PT Indeks
- Kriyantono, Rachmat, 2016, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Maria Rumanti, 2005, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Grasindo
- Mulyana, Deddy, 2011, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- M. L. Egggar, Anggoro, 2002, *Teori & Profesi Kehumasan*, Jakarta: Bumi Aksaras

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
- Ugrono, J Setiadi, 2003, *Perilaku Konsumen*, Jakarta:PT Kencana Prenada Media
- Murudin, 2008, *Komunikasi Propaganda*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gemi, Abdurrahman, 2001, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung:PT Citra Aditya Bakti

achmat, Jalaludin, 2005, *Metode penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya.

Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sukandarrumidi, 2012, *Metodologi penelitian*, Yogyakarta: UGM Press.

West, Richard, Lynn H turner, 2013, *Pengantar Teori Ilmu Komunikasi Analisis dan Aplikasi (introducing Communication Theory: Analysys and Aplication)*, Jakarta: Salemba Humanika.

## JURNAL:

Satriana, Eka, Dewi, dan Hayyun Durrotul Faridah, 2018, *Journal of Halal Product and Research (JHPR) Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan*, Vol. 01 No.02, Mei-November.

## SKRIPSI:

Beti Ayu Oktavia Kusniran, 2018. *Strategi Media Relations Aziza Syariah Hotel Solo (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Media Relations Dalam Branding Aziza Syariah Hotel Solo)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018.

Diana Setyawati, 2017, *Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism Di Syariah Hotel Solo*, Skripsi Strata 1 Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta.

Ira Anjani, 2018, *Penerapan Model Public Relations Pada Kegiatan Humas Badan Pengawasan Keuangan Dan Pembangunan (BPKP)*, Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial UNJ.

Raja Widya Novchi, 2014. *Penerapan Fungsi Manajemen Oleh Public Relations Dalam Membangun Brand Image Di KCS Bank BTN Syariah Pekanbaru*.



## DAFTAR WAWANCARA

Kapan berdiri nya hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dan kapan menjadi hotel syariah?

Apa alasan manajemen hotel mengubah hotel Sri Indrayani dari hotel konvensional menjadi hotel syariah?

Sebagai hotel Syariah adakah aturan-aturan yang berlaku untuk para pengunjung hotel?

Adakah pengaruh jumlah pengunjung hotel setelah menjadi hotel syariah ?

Apa saja cara yang dilakukan *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam mempromosikan hotel syariah Sri Indrayani Pekanbaru sebagai hotel yang memiliki brand *image Halal Tourism* kepada publik?

Dalam mempromosikan *brand image* hotel Syariah Sri Indrayani sebagai hotel yang memiliki *brand halal tourism* adakah *Public Relations* hotel bekerjasama dengan pihak eksternal hotel ? dan kegiatan apa yang dilakukan?

Apakah upaya yang dilakukan *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru dalam menyebarluaskan informasi tentang hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru kepada publik?

Apakah hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru ada bekerja sama dengan media *online* untuk mempromosikan hotel kepada publik ?

Dalam melakukan kegiatan promosi adakah pihak manajemen hotel menggunakan testimoni tamu hotel untuk menarik pengunjung untuk menginap di hotel syariah Sri Indrayani Pekanbaru?

Media sosial apa saja yang digunakan pihak manajemen hotel untuk mempromosikan hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru ?

Apa saja kuliner yang disediakan di hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

## LAMPIRAN



**Gambar 1 :Wawancara bersama bapak Merza Gamal selaku *Public Relations* hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru.**



**Gambar 2 : Gerai oleh-oleh tenun Melayu di hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 3 : Wawancara bersama Irgi Rizki Ari selaku Receptionist hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru**



**Gambar 4 : Wawancara bersama Ibu Wati salah satu tamu hotel**



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 5: Cemilan khas Melayu

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**WELCOME TO**  
**SRI INDRAYANI HOTEL**  
Akomodasi Penjamin Reputasi Keluarga  
**PUBLISH RATE**

TYPE ROOM	RATE	PROMOTION RATE
* SULTAN SUITE	Rp. 750.000,-	Rp. 400.000,-
* FAMILY	Rp. 600.000,-	Rp. 300.000,-
* EXECUTIVE	Rp. 500.000,-	Rp. 250.000,-
* DELUXE	Rp. 425.000,-	Rp. 200.000,-
* SUPERIOR	Rp. 350.000,-	Rp. 150.000,-
* STANDARD	Rp. 350.000,-	Rp. 120.000,-
* EXTRA BED	Rp. 120.000,-	Rp. 100.000,-

ALL RATE ARE INCLUDED SUBJECT TO 11 % GOVERNMENT TAX & SERVICE CHARGE

HOTEL FACILITIES

- COMFORTABLE DOUBLE AND TWIN BED
- COLOUR TELEVISION
- INDIVIDUAL CONTROLLED AIR CONDITIONING
- BATH WITH HOT & COLD WATER
- FREE WIFI
- NEAR FROM REPRESENTATIVE MOSQUE
- CHECK OUT TIME 12:00 AM (SIANG)

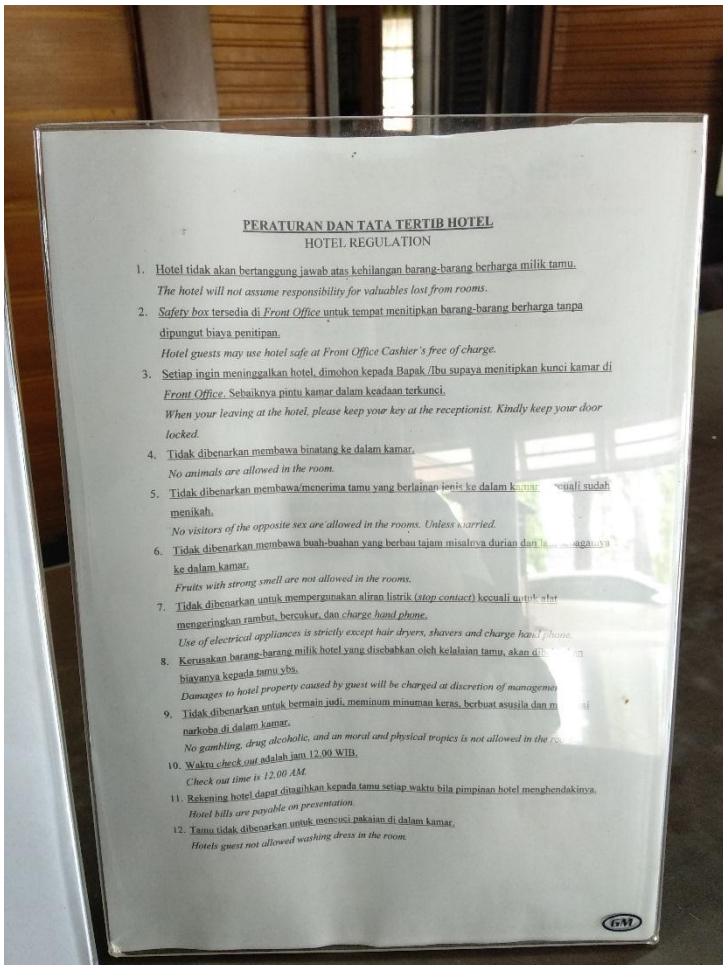
Jl. Dr. SAM RATULANGI PEKANBARU, 28151  
PUSAT PELAYANAN TAMU, TELP. SMS, 08117676230,  
TELEPON, 0761. 35600

**Gambar 6: Daftar Tipe dan Harga Kamar**



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 7: Peraturan dan tata tertib hotel



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 8: Promo kamar hotel



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 8 Juli 2019

Kepada Yth,  
Bapak/Ibu Dekan  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Di  
Pekanbaru

Nomor : 010-GM\_SyariahSIY/PKL/2019  
Lampiran :-  
Perihal : **Izin Penelitian**

Dengan hormat,

Salam hangat dari Manajemen Syariah Sri Indrayani Hotel Pekanbaru.

Terima kasih sebelumnya atas kerja sama yang terjalin baik selama ini. Semoga Bapak/Ibu senantiasa dalam keadaan sehat dan diberi kelancaran dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Sehubungan dengan adanya surat Permohonan Izin Penelitian **Nomor: Un.04/F.IV/PP.00.9/4618/2019** yang dikirimkan sebelumnya, maka dengan ini kami mengkonfirmasi izin untuk melakukan penelitian di Syariah Sri Indrayani Hotel Pekanbaru untuk mahasiswa:


Nama : Desti Nurul Fajri  
NIM : 11543201907  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan judul penelitian,

**"Strategi Humas Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru Tentang Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Dalam Branding Halal Tourism"**

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,

  
**Raznizal Syukur**

GM Hotel



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3090/2018  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 berkas  
Hal : Penunjukan Pembimbing  
a.n. **Desti Nurul Fajri**

Pekanbaru, 29 Rajab 1440 H  
05 April 2019 M

Kepada Yth.

**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si**

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Desti Nurul Fajri** NIM. 11543201907 dengan judul "**Strategi Humas Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru tentang Fatwa Dewan Syariah Indonesia Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dalam Branding Halal Tourism**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

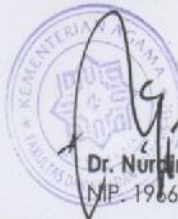
Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam  
Dekan,



Dr. Nurdin, MA  
MP. 19660620 200604 1 015



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekarbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4618/2019  
Sifat : Biasa  
Lampiran: 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Mengadakan Penelitian

Pekanbaru, 16 Syawal 1440 H  
20 Juni 2019 M

Kepada Yth.  
**Gubernur Riau**  
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau  
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : Desti Nurul Fajri  
NIM : 11543201907  
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

**"Strategi Humas Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru tentang Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dalam Branding Halal Tourism"**

Adapun sumber data penelitian adalah :

**"Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru"**

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
a.n. Rektor,  
Dekan,

Dr. Nurpini, MA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## PEMERINTAH PROVINSI RIAU

### DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU

Email : [dpmpstp@riau.go.id](mailto:dpmpstp@riau.go.id)

Kode Pos : 28126

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/23622

TENTANG



032010

#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4618/2019 Tanggal 20 Juni 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : DESTI NURUL FAJRI   |
| 2. NIM / KTP         | : 11543201907   |
| 3. Program Studi     | : ILMU KOMUNIKASI   |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : STRATEGI HUMAS HOTEL SYARIAH SRI INDRAYANI PEKANBARU<br>TENTANG FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL MAJLIS ULAMA<br>INDONESIA (DSN-MUI) DALAM BRANDING HALAL TOURISM |
| 7. Lokasi Penelitian | : HOTEL SYARIAH SRI INDRAYANI PEKANBARU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru

Pada Tanggal : 1 Juli 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Kepala Humas Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru
- ③ 3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan





## BIOGRAFI PENULIS

**Desti Nurul Fajri**, lahir di Pekanbaru pada tanggal 10 Desember 1996. Anak ke empat dari empat bersaudara ini adalah putri dari pasangan Bapak H.Zulkifli, SH dan Ibu Hj.Maryati,S.Pd, dan saat ini penulis tinggal di Pekanbaru, Jalan Kamboja Gg.Kamboja III No. 154 Kecamatan Tampan, Kelurahan Tobekgodang. Penulis pernah menempuh pendidikan dasar pada tahun 2002 di SD Babussalam

Pekanbaru dan lulus pada tahun 2008, kemudian melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di Madrasah Tsanawiyah Negeri Andalan Pekanbaru dan tingkat sekolah menengah atas yaitu di SMA Negeri 4 Pekanbaru. Setelah menyelesaikan pendidikan di bangku SMA, penulis melanjutkan pendidikan untuk Strata Satu di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, di Fakultas Dakwah dan Komunikasi lalu memilih program studi Ilmu Komunikasi, tepatnya pada konsentrasi Public Relations. Pada tahun 2018 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kabupaten Kuantan Singingi, Kecamatan Pangean, Desa Pulau Kumpai Provinsi Riau. Kemudian pada tahun yang sama penulis juga melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru. Penulis berhasil menyelesaikan perkuliahan Strata Satu dengan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) melalui Sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada 13 Desember 2019.

Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif dalam dunia pendidikan. Demikianlah penulis mengucapkan rasa syukur yang sangat besar dan berterima kasih kepada segala pihak yang telah mendukung penulis atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **"PENERAPAN MODEL KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* HOTEL SYARIAH SRI INDRAYANI PEKANBARU DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE HALAL TOURISM*".**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.